

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración



**“Forma en que los Organismos Nacionales de Comercio Exterior Pueden ser Aprovechados Integralmente por los Consorcios y Empresas de Exportación”**

DIRECTOR DEL SEMINARIO  
Lic. y C. P. Eugenio Sisto Velasco

SEMINARIO DE INVESTIGACION  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A N

GUILLERMO ALDABA CAMACHO

RICARDO GALICIA FLORES

RAUL HERNANDEZ TELLEZ

VICTOR E. HERRERA OVIEDO

JAVIER LICEA ARAGON

1977

8548



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

## PRESENTACION

	PAG.
A ORIGEN	1
B PROPOSITOS	1
C CONTENIDO	2
D LIMITACIONES	2
E RECONOCIMIENTOS	3

## INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA

### I.- COMERCIO INTERNACIONAL MEXICANO

A CONCEPTOS	4
B BREVE HISTORIA	5
1. Epoca Colonial.	
1.a. Leyes de Indias.	
1.b. Casa de Contratación.	
1.c. Universidad de los mercaderes.	
2. Epoca independiente.	
2.a. Arancel general interior.	
3. Epoca del Porfiriato.	
4. Epoca contemporánea.	
C IMPORTANCIA Y EFECTOS DEL COMERCIO EXTERIOR EN LA ECONOMIA NACIONAL	8
1. Interdependencia.	
2. Mayor posibilidad de elección.	
3. Nivel de vida.	
4. Ocupación.	
5. Mejores técnicas.	
6. Políticas fiscales.	
7. Balanza de Pagos.	
D LA BALANZA DE PAGOS - IMPORTANCIA Y EFECTOS	18
1. Introducción.	
2. Tipos de balanzas.	
3. Operaciones de la balanza de pagos.	

4. Efecto de la importación.
5. Efecto de la exportación.
6. Desequilibrio de la balanza de pagos.
7. Ventajas.
8. Comercio Internacional de México.
  - 8.a. Breve análisis.
  - 8.b. Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica.
  - 8.c. Comentarios.

## II.- LA EXPORTACION

A	DEFINICIONES	29
B	SECUENCIA DE LA EXPORTACION	29
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Factores externos.</li> <li>2. Factores internos.</li> </ol>	
C	INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN LA EXPORTACION	31
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Principales organismos Nacionales Oficiales y Privados.</li> <li>2. Organismo central de coordinación.</li> <li>3. Secretarías de Estado.</li> <li>4. Organismos paraestatales.</li> <li>5. Instituciones de carácter privado.</li> <li>6. Otros organismos con finalidad colateral con el comercio exterior.</li> </ol>	
D	ESTIMULOS A LA EXPORTACION	40
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Régimen de incentivos fiscales.</li> <li>2. Otros mecanismos de promoción.</li> </ol>	

## III.- CONSORCIOS Y EMPRESAS DE EXPORTACION

A	FORMACION	42
B	OBJETO	42
C	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	42
D	FUNCIONES DE LOS CONSORCIOS	43
E	ESTRUCTURA DE UN CONSORCIO MODELO	46
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organigrama general.</li> <li>2. Consejo de Administración.</li> <li>3. Dirección.</li> </ol>	

4. Area administrativa.	
4.a. Recursos humanos.	
4.b. Relaciones gubernamentales.	
5. Area de Tráfico.	
5.a. Transporte Terrestre.	
5.b. Transporte marítimo.	
5.c. Transporte aéreo.	
6. Area de mercadotecnia.	
6.a. Ventas.	
6.b. Investigación de mercados.	
6.c. Fomento de ventas.	
7. Area de finanzas.	
7.a. Contabilidad.	
7.b. Crédito y cobranzas.	
F "TRADING COMPANIES"	50

#### IV.- LEGISLACION

A LEGISLACION NACIONAL SOBRE EXPORTACION	52
--	----

#### INVESTIGACION DE CAMPO

#### V.- PASOS SEGUIDOS EN LA INVESTIGACION

A. HIPOTESIS	55
B DETERMINACION DEL CONJUNTO UNIVERSO	56
C DETERMINACION DE LA MUESTRA	57
D PLANEACION DEL CUESTIONARIO	58
1. Entrevistas previas.	
2. Carta de presentación.	
3. Tipo de cuestionario.	
E MODELO DE CARTA DE PRESENTACION	60
F MODELO DEL CUESTIONARIO APLICADO	61

G	INTRODUCCION A LA TABULACION	68
	1. Aplicación.	
	2. Respuestas .	
	3. Comentarios.	

H	TABULACION DE DATOS	69
	1. Respuestas a preguntas abiertas.	

#### VI.- CONCLUSIONES

A	CONCLUSIONES	88
	1. Descripción del Consorcio.	
	2. Promoción y mercadotecnia.	
	3. Financiamiento.	
	4. Incentivos.	
	5. Permisos.	
	6. Seguros.	
	7. Varios.	

B	RECOMENDACIONES	90
	1. Difusión.	
	2. Capacitación.	
	3. Coordinación.	
	4. Futuro.	

	BIBLIOGRAFIA	92
--	--------------	----

## PRESENTACION

## A. ORIGEN.

Al iniciarse el Seminario de Investigación, y en virtud de la desorientación normal a la que se enfrenta todo estudiante al llegar a esta etapa, en lo referente a la elección del tema a desarrollar, consultamos los folletos editados por la Facultad de Contaduría y Administración, como: "Informa Contaduría y Administración", en la sección del Centro de Investigación, -- llamada banco de ideas.

Allí encontramos gran cantidad de tópicos bastante interesantes, de los cuales seleccionamos el que nos atrajo más, debido a la actualidad e importancia del mismo, y fué el referente a las exportaciones.

Posteriormente procedimos a investigar si existían --- otros trabajos similares en las bibliotecas de los principales centros docentes, como fueron: División de Estudios Superiores y biblioteca de la Facultad de Comercio, Universidad Lasalle, Universidad Iberoamericana, Universidad del Valle de México, Escuela Superior de Comercio y Administración del I.P.N., Banco de México, Universidad Tecnológica, etc.

Una vez realizado lo anterior, y al darnos cuenta de -- que no había trabajos sobre el mismo tema, procedimos a dar inicio a la investigación.

## B. PROPOSITOS.

Los momentos que actualmente vive la economía nacional, en que el déficit de nuestra balanza comercial a sobrepasado todos los records anteriores, 2,858 millones de pesos a Enero de 1976, y que si bién en 1975 se redujo el ritmo de crecimiento -- del déficit comercial del país, esto se debió más que nada a la reducción de las importaciones que a la expansión de las exportaciones, puesto que en 1975 en este renglón, solo se logró un incremento de 0.3% con respecto a 1974, año en que se obtuvo un incremento de 37.6% sobre el anterior.

Las cifras anteriores son la mayor prueba de la importancia que tiene el estudio de los organismos nacionales de comercio exterior, para hacer un uso racional de ellos, que permita aprovecharlos para aumentar las exportaciones.

### C CONTENIDO.

El contenido se divide en dos partes principales: la investigación bibliográfica y la investigación de campo.

La investigación bibliográfica analiza el comercio internacional, desde el punto de vista de la exportación principalmente; se describe su proceso; la necesidad de crear los consorcios y empresas de exportación y finalmente se enlistan los principales documentos legislativos sobre el comercio internacional.

La segunda parte, es desde nuestro punto de vista el más importante ya que se acudió a la realidad que vive nuestro país, y para ello se hizo una encuesta entre consorcios y empresas de exportación, considerando que ellos manejan los principales volúmenes en esta actividad; del resultado de esta encuesta se obtuvieron conclusiones, previo análisis de las respuestas obtenidas de los cuestionarios y de las entrevistas, en base a lo anterior se presentan sugerencias, que esperamos sean de utilidad tanto para nuestro gobierno como para la iniciativa privada.

### D LIMITACIONES.

Las limitaciones a las que nos enfrentamos fueron múltiples y variadas en cuanto a su grado de dificultad.

La principal limitación, era el tiempo fijado para la terminación del trabajo, ya que debimos empezar por coordinar al grupo, realizando la investigación según nuestras inclinaciones por determinada área del trabajo, así como el entusiasmo demostrado.

Podemos considerar como limitación el que algunos compañeros que inicialmente formaban parte del grupo, desertaron -- por diversas razones, lo cual produjo el atrasamiento de nuestros planes.

La recolección de datos y la aplicación de los cuestionarios, representó una gran cantidad de tiempo ya que muchos de ellos nos fueron entregados con mucho retraso, o no fueron entregados.

La situación económica y política del país, es cambiante, por tal motivo tuvimos que reformar varias veces lo que ya teníamos, por ejemplo, la suspensión y reanudación de Cedis y Extracedis, así como la reforma administrativa gubernamental.

Lo anterior lo suplimos con un gran entusiasmo y deseos de colaborar aunque sea en pequeña escala a solucionar un problema que afecta a nuestro país, como es el referente a la captación de divisas.

#### E RECONOCIMIENTO.

Conforme se aclaraba el panorama, el entusiasmo que nos inyectaba el coordinador del seminario, nos daba nuevos bríos para continuar en la tarea que nos habíamos propuesto, a él y a todas las personas de las que recibimos ánimo, ayuda, orientación y consejo, lo que nos permitió llevar a feliz término el presente trabajo, les manifestamos nuestra gratitud y reconocimiento.

## INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA

## I.- COMERCIO INTERNACIONAL MEXICANO

## A CONCEPTOS.

"El Comercio Internacional, parece limitarse al simple intercambio de mercancías, pero en propiedad es título adecuado porque incluye la compraventa de bienes y servicios y los movimientos de capital y de población".

Ricardo Torres Gaytán.

"El comercio exterior es condicionante de la estructura económica cuando, mediante sus relaciones con el exterior, un país puede allegarse los bienes que no produce y que necesita para su capitalización. (Las importaciones de bienes de capital -- constituyen el elemento primario para lograr equipos que, a su vez, han de traducirse en ampliaciones que modificarán, en plazo más o menos corto, la propia estructura económica del país en -- cuestión).

Emilio Mújica.

"La importancia del comercio internacional se debe -- fundamentalmente a la siguiente razón: El comercio exterior nos lleva a una curva de transformación que nos proporciona más bienes que la curva nacional de transformación".

Paul Samuelson.

Los anteriores conceptos nos llevan a la conclusión - de que cualquier país que abrigue la esperanza de lograr su fructífera adaptación a las oportunidades del mercado internacional tiene que comprender las diferentes características del mismo y las fuerzas del medio ambiente. Las oportunidades del mercado en países extranjeros vienen influidas por la demografía, la estructura industrial, el nivel de los ingresos y los rasgos culturales.

Muchos mercados extranjeros brindan oportunidades ex--  
tremadamente atractivas, pero hay que enfocarlas juiciosamente  
en vista de sus cambiantes prácticas políticas y sociales.

## B BREVE HISTORIA.

### 1. Epoca Colonial.

El Comercio Exterior en México tuvo sus inicios a par--  
tir de la conquista, época en la que se dieron las siguientes ca--  
racterísticas.

1.a. Leyes de Indias; ésta era una legislación espe--  
cial a la que estaba sujeta toda Hispanoamérica, la cual regula--  
ba el comercio, respecto a la navegación e inspección de navios.

1.b. Casa de Contratación; fue creada en 1503 por los  
Reyes Católicos, la cuál debería de funcionar en Sevilla, y te--  
nía como objetivos establecer, desarrollar y perpetuar el comer--  
cio de España y sus colonias.

Esta Casa de Contratación, despachaba las licencias pa--  
ra los mercaderes que hubieren de cargar en las Indias, y tam--  
bién para los pasajeros.

1.c. Universidad de los Mercaderes; se estableció el -  
año de 1592 con el nombre de Consulado de México, con fines de -  
regulación comercial.

La Nueva España contaba con dos puertos principales pa--  
ra efectuar las importaciones y exportaciones; Veracruz en el --  
Golfo de México y Acapulco en el Oceano Pacífico; posteriormente  
se crearon el puerto de San Blas en el Pacífico y el de Campeche  
en el Golfo.

La intervención por parte de España fue constante, re--  
gulando celosamente los sistemas y medios de comunicación, esta--  
bleciendo aranceles casi antieconómicos, y prohibiciones que ra--  
yaban en lo absurdo. Pese a lo anterior, el país pudo crear cier--  
ta industria y comercios nacionales para satisfacer necesidades,  
pudiendo mantener lícita o ilícitamente precarias relaciones co--

merciales con otras posesiones de España en América, pese a los sistemas represivos.

## 2. Epoca Independiente.

Como consecuencia de la guerra de Independencia, se -- originó un desquiciamiento en el renglón comercial; al igual que en la incipiente industria; declarándose el libre comercio con -- todas las naciones del mundo pese a la escasez general de dine-- ro, la crisis económica, y la necesidad de obtener fondos para -- el erario, hicieron cambiar pronto al gobierno de actitud.

2.a. Arancel General Interior; fue promulgado en 1821, con el objeto de proteger la rudimentaria industria nacional de la competencia extranjera; de tal manera que imponía gravámenes a la importación de maquinaria, mercurio, semillas, animales vivos, artículos para fomento de la educación, la ciencia, artes, textiles, materias primas, etc.; esta medida fracasó, ya que en aquellas épocas el país no contaba con fábricas que produjeran -- todos los artículos cuya importación se prohibía; y trajo por -- consecuencia un estancamiento bastante prolongado.

Durante la mayor parte del siglo XIX, las exportacio-- nes estaban constituidas en un 65% por metales preciosos y un -- 35% por materias primas y productos alimenticios, en este tiempo ya se hacían considerables exportaciones a Europa y a los E.U.A.

## 3. Epoca del Porfiriato.

Durante ésta epoca, se produjo una demanda de produc-- tos, para lo cual, el país diversificó su producción y logró tri-- plicar sus exportaciones. Así vemos que aparecieron en las lis-- tas de exportación: Metales industriales, café, ganado, garban-- zo, etc.

Al mismo tiempo, se tendieron nuevas vías ferrovia--- rias, se acondicionaron los puertos marítimos, se crearon nuevas industrias de transformación que estimularon grandemente la eco-- nomía del país.

A fines del siglo XIX y principios de XX, debido a la

prosperidad económica y la tranquilidad política, hizo que el comercio tuviera su máximo desarrollo, estableciéndose la Banca y la Legislación al respecto.

El Comercio Exterior tuvo una mayor expansión a partir de 1900 al incrementarse los medios de comunicación, a la mayor inversión extranjera, y al establecimiento de nuevas industrias, lo cual influyó en la baja de los costos de producción.

#### 4. Epoca Contemporánea.

A partir de 1914 los Estados Unidos se convirtieron en el principal mercado de México, ya que nos compraba el 64% de nuestra producción, mientras Europa absorbía solo el 31%, y América Latina el 5%.

Durante la II Guerra Mundial los Estados Unidos se convirtieron en el único mercado para nuestras exportaciones.

Los principales productos de exportación eran materias primas, así por ejemplo, las ventas de productos agrícolas, metales y minerales crecieron a una velocidad considerable, por otra parte la industria textil tuvo un aumento en su productividad ganando además los mercados latinoamericanos para hilados y tejidos de algodón.

Una gran parte del mercado latinoamericano comenzó a mandar de México, en forma amplia, llegando a abarcar el 28% de nuestras exportaciones.

Al terminar el conflicto armado, México fué desplazado por otros países más industrializados.

En la década de los años 40 y principios de los 50, las exportaciones crecieron en un 37%, debido principalmente a la devaluación de nuestra moneda y a los efectos de la guerra en Corea.

De 1953 a 1956, hubo un porcentaje de aumento en las exportaciones de 44.6%, esto se debió a la recuperación económica norteamericana.

De 1957 a 1961 las exportaciones se mantuvieron a un nivel inferior al alcanzado en 1956, sin embargo los productos de exportación se diversificaron grandemente.

En 1968, las exportaciones de productos agropecuarios -- fue de 14,750 millones de pesos, representando las 3/4 partes del total de las ventas al exterior.

En ese mismo año, las ventas de productos manufacturados fue de un 25% del total, lo cual nos da idea de la importancia que la industria va adquiriendo en nuestro país.

La actividad gubernamental encaminada a fomentar las -- ventas al exterior ha sido desarrollada por diversos organismos como son: La Secretaría de Comercio, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores; del sector paraestatal se puede mencionar al Banco de México y el Banco Nacional de Comercio Exterior, su acción es más bien de asesoría o consulta.

## C IMPORTANCIA Y EFECTOS DEL COMERCIO EXTERIOR EN LA ECONOMIA NACIONAL.

### 1. Interdependencia.

Los fenómenos tanto físicos como sociales o económicos, han repercutido de una forma u otra sobre el medio ambiente que rodea el centro de ocurrencia de ese fenómeno.

Antiguamente estos efectos se dejaban sentir más allá -- de sus fronteras, después de varias generaciones o de siglos.

En la actualidad las distancias se han visto reducidas, dado el adelanto de la tecnología en las comunicaciones, lo cual trae por consecuencia que una guerra en Indochina por ejemplo, -- produzca cambios políticos, financieros, comerciales, etc. en Pekín, Washington, Moscú, Londres, etc.

Esto quiere decir que nos encontramos ante un hecho que si bien no es novedoso en cuanto a su forma, si lo es en cuanto -- al tiempo de transmisión, y en los efectos inmediatos que produce en otras latitudes; efectos que por otra parte, son cada vez rea-

lizados a mayor velocidad, y con mayor fuerza.

Podemos citar como ejemplo reciente, la inflación que afecta a la mayoría de las economías de todos los países occidentales.

Esto se debe principalmente a la interdependencia económica mundial. Es así, que si los Estados Unidos de Norteamérica, aumentan los precios de sus productos manufacturados, esto tiene repercusión en los precios de todos los productos, en los países que son importadores en los Estados Unidos.

O bien, si los Estados Unidos contienen la inflación, esta medida repercutirá en una tendencia a la estabilidad mundial de precios.

También hemos visto la forma en que afectó el aumento en el precio del petróleo por parte de los países miembros de la OPEP, (Organización de Países Exportadores de Petróleo) sobre las economías de los países industrializados.

Los factores externos que influyen en la economía se vuelven cada vez más incontrolables, reduciendo las alternativas de acción.

La política económica de nuestro país es sumamente variada, tomándose decisiones encaminadas a la satisfacción de objetivos a corto y largo plazo, pero a su vez, en su conjunto, estas decisiones están encaminadas hacia el rumbo que indican las influencias de los factores externos.

Lo anterior nos hace ver la liga tan estrecha que existe entre la economía nacional, con los cambios que se producen en el exterior, y que traen por consecuencia una marcada vulnerabilidad y dependencia económica externa, volviendo pasiva nuestra economía, frente a otras economías de mayor desarrollo.

"Nuestro mundo no es ya el de los bloques sólidos y -- bien delimitados, sino el de múltiples centros de poder y de influencia. Nuestro mundo no es más el de soluciones nacionales, -- pero si el de la interdependencia económica.

La creciente interdependencia de los Estados hace im-

perativa la construcción de una comunidad mundial". (1)

(1) Kissinger, Henry. "Ultimas Noticias". Lunes 20 Nov. 1976.

## 2. Mayor Posibilidad de Elección.

La insuficiente producción nacional para satisfacer el crecimiento acelerado de la demanda interna, no ha podido guardar un equilibrio uniforme por el lento crecimiento de la primera, debido fundamentalmente a la disparidad en el desarrollo mismo de los sectores de la economía: p. ej. un sector agropecuario próspero en otro tiempo, ahora en crisis; una industria con elevada tasa de costos que la alejan cada vez más de la competitividad para exportar y que, además, cada día requiere de mayores importaciones para producir; un sector servicios también con alta inflación de costos, y lento en alguna de sus ramas y cada vez más asediado por la competencia del exterior en la venta de servicios, dada la creciente pérdida de competitividad en el turismo, así tenemos que:

a) De 1964 a 1970 la demanda nacional de bienes y servicios se incrementó a una tasa media anual de 10.4%, mientras que la producción lo hizo con menor dinamismo y solo creció a una tasa media anual de 5.5%.

b) De 1970 a 1976 esta rapidez en el crecimiento de la demanda aumentó su velocidad a una tasa media anual de 18.8% y la insuficiencia de la producción se agudizó aún más, pues solo creció a una tasa media anual de 5.5%.

En virtud de lo anterior, las deficiencias se cubrieron con compras al exterior, observándose que a partir de 1971 aumentó fuertemente la propensión a importar, siendo su valor en 1976 de 6,030 millones de dólares, mientras que la exportación en ese mismo año fué de 3,298 millones, notándose que muy poco es el margen de excedentes que tenemos para exportar, debido principalmente a la falta de un financiamiento adecuado a las necesidades de nuestro país, para producir además de aquellos artículos que ofrece el comercio internacional, los que necesitamos y que a la fecha es incosteable producir, si el financiamiento fuera adecuado daríamos un paso muy grande en nuestra carrera por satisfacer la demanda nacional y nos convertiríamos porqué no decirlo, en un productor de artículos para la exportación.

El comercio internacional permite disponer de una diversidad de productos que no sería costeable producir en algunas ramas de nuestra economía, lo que puede ser compensado con la ex

portación de artículos de fabricación nacional.

Lo anterior tiene su base en la Teoría de los Costos Comparativos; la que consiste en lo siguiente:

Es necesario importar artículos que no se pueden producir, o que no son costeables de producir, como p. ej., no sería costeable producir café en Siberia.

Las siguientes tablas nos proporcionan una mejor idea.

TABLA 1

	Sin Comercio		Con Comercio	
	A	B	A	B
Leche	100	50	200	-
Miel	50	100	-	200
Total	150	150	200	200

Aumentan 100 Unidades

TABLA 2

	Sin Comercio		Con Comercio	
	A	B	A	B
Leche	100	40	200	-
Miel	50	30	-	60
Total	150	70	200	60

Aumentan 40 Unidades

En la tabla 1, el país A y el país B producen 150 uni-

dades, mientras que con Comercio pueden aumentar su producción - en 50 Unidades más, por lo que el total es de 100 Unidades entre A y B.

En la tabla 2, el país A tiene ventaja de producción - sobre el país B, aún así es ventajoso el comercio entre ambos ya que si se satisfacen los requerimientos de los productos, existe un aumento de 40 unidades.

### 3. Nivel de Vida.

Es indudable el papel tan importante que tiene para un país el desarrollo económico, éste desarrollo está representado por su producto interno bruto (PIB), y a su vez el PIB incluye - el ingreso de divisas, derivado de las exportaciones.

En los años de 1950 a 1970 el volumen de exportaciones creció en una tasa promedio anual de 5.5%, a la vez que el producto interno bruto creció en una tasa promedio de más del 6%, y al 3% el ingreso per cápita.

El aumento de las exportaciones a contribuido al crecimiento económico de México, provocando además el incremento del ingreso Nacional.

### 4. Ocupación.

El monto creciente de las exportaciones tiene como consecuencia principal abatir en gran medida la desocupación, que constituye uno de los principales problemas a los que se enfrenta nuestro país.

Según estudios realizados por el Banco Nacional de México, 6.6 millones están subocupados y más o menos un millón ocupados.

"En México el problema de la absorción de la mano de obra no sería tan agudo si no fuera por el hecho de que la población está creciendo a un ritmo de 3.6% anual. Para progresar en el cambio de estructura de la fuerza laboral, haría falta que el sector moderno absorbiese y utilizase, productivamente, por lo menos tanta gente como la que ingresa en aquella. Esto no se ha dado en México, y como resultado cada vez más gente pasa a engrosar las filas del subempleo". (1)

(1) Barkin, David

"Sociedad Mexicana. Presente y Futuro"

Ensayo "Persistencia de la Pobreza, análisis estructural"

Pág. 199

F.C.E.

Lo anterior manifiesta la importancia que tiene la política de incrementar la productividad en todos los renglones de la vida económica mexicana, siendo el comercio internacional, uno de los factores que coadyuvan a la solución parcial de éste problema.

#### 5. Mejores Técnicas.

Según las estadísticas, las exportaciones de México son principalmente de materias primas (ver cuadro), lo anterior implica que para poder ser competitivos en el mercado internacional, es necesario diversificar los productos de exportación por medio de las técnicas adecuadas optimizando así la producción.

#### 6. Políticas Fiscales.

En virtud de que la exportación de productos manufacturados adquiere cada día mayor importancia y ante la urgencia de atraer divisas, es necesario adoptar políticas que permitan el mejor aprovechamiento de nuestra capacidad industrial, así como su desarrollo y una mejor utilización de nuestras materias primas.

Una forma de lograr lo anterior, es otorgar estímulos fiscales a la exportación, por ejemplo, el Gobierno de la República otorga estímulos fiscales a las industrias que concurren a las zonas libres que se encuentran en la frontera con los E.U.A.

Para las demás industrias se otorgan facilidades fiscales proporcionales a las partes de fabricación nacional que se logren incorporar a los productos.

#### 7. Balanza de Pagos.

Como se mencionó en la presentación, la economía nacional atraviesa por momentos difíciles, en la que nuestra balanza comercial arroja un saldo deficitario.

El tratar de solucionar el aspecto antes mencionado, -- constituye el motivo principal en el que la exportación juega un papel importantísimo. Ya que como veremos más adelante, es a tra-

vés de esta actividad como se podrá lograr la disminución o desaparición del déficit de la balanza comercial.

EXPORTACION DE MERCANCIAS DURANTE EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE DE CADA AÑO  
(Millones de dólares)

Concepto	1974	% Respecto al total	1975	% Respecto al total	1976	% Respecto al total
<b>T O T A L :</b>	<u>2,337</u>	<u>100.0</u>	<u>1,994</u>	<u>100.0</u>	<u>2,168</u>	<u>100.0</u>
Sector Agropecuario	<u>635</u>	<u>27.2</u>	<u>675</u>	<u>33.9</u>	<u>637</u>	<u>29.4</u>
Tomate	28	1.2	69	3.5	55	2.5
Ganado y carnes	52	2.2	12	0.6	31	1.4
Camarón	19	0.8	49	2.5	43	2.0
Café	113	4.9	128	6.4	253	11.7
Azúcar	150	6.4	132	6.6	-	-
Algodón	86	3.7	102	5.1	58	2.7
Otros	187	8.0	183	9.2	197	9.1
Sector Industrial	<u>1,622</u>	<u>69.4</u>	<u>1,260</u>	<u>63.1</u>	<u>1,455</u>	<u>67.1</u>
Minería	275	11.8	214	10.7	208	9.6
Petróleo	26	1.1	304	15.2	409	18.9
Manufacturas	1,321	56.5	742	37.2	838	38.6
Productos no clasificados	<u>80</u>	<u>3.4</u>	<u>59</u>	<u>3.0</u>	<u>76</u>	<u>3.5</u>

Fuente: Elaborado por el CEESP, con datos de Dirección General de Estadística S.I.C.

## D LA BALANZA DE PAGOS. IMPORTANCIA Y EFECTOS.

### 1. Introducción.

En ésta parte trataremos de desarrollar los conceptos referentes a la Balanza de Pagos, en cuanto a su estructura, tipos y operaciones, por lo que, considerando las limitaciones en cuanto a espacio, solo se hará en forma general.

### 2. Estructura de la Balanza de Pagos.

La Balanza de Pagos está estructurada en una cuenta en la que se incluyen el valor de todos los bienes, donaciones, --- préstamos de capital (o pagarés) y oro que un país EXPORTA o importa, y una relación entre estas partidas.

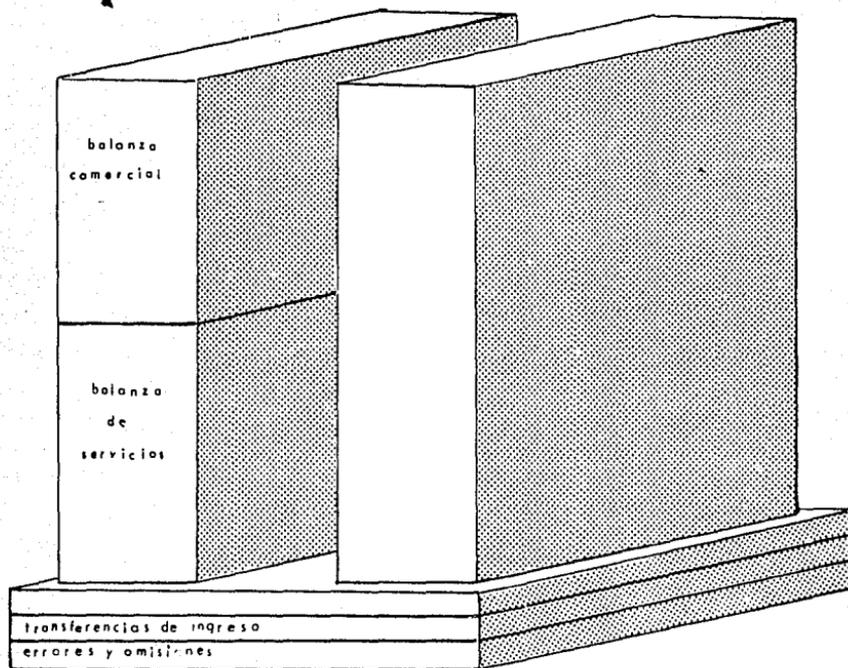
El sistema empleado para llevar ésta cuenta es similar en todos los países, se puede decir que es un sistema universal.

"El Departamento de Comercio de Estados Unidos lleva cuenta o estima de todas las transacciones internacionales realizadas en el año: de las mercancías importadas y exportadas, de los préstamos en dinero por una y otra parte, del movimiento del oro, de los gastos de los turistas, de los dividendos e intereses cobrados y pagados por ambas partes, de los servicios de los bancos, etc. y todo ello forma la balanza de pagos, que es simplemente una lista por partida doble de todos esos conceptos, -- llevada de tal manera que siempre ofrezca un equilibrio". (1)

(1) Samuelson, Paul A.  
Curso de Economía Moderna  
Editorial Aguilar  
1975  
Pág. 745

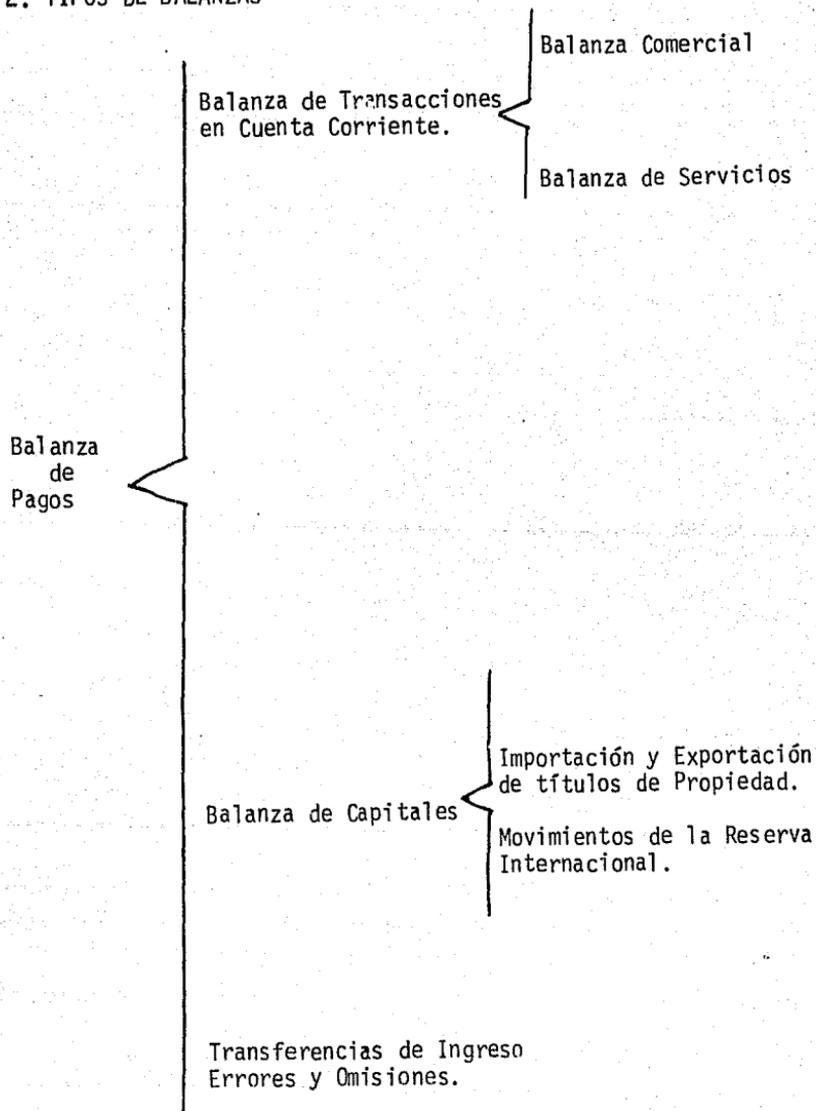
balanza de transacciones en  
cuenta corriente

balanza de capitales



GRAFICA DE LA ESTRUCTURA DE LA BALANZA DE PAGOS.

## 2. TIPOS DE BALANZAS



### 3. Operaciones de la Balanza de Pagos.

#### Balanza Comercial

Evalúa un período determinado, generalmente un año, por las exportaciones e importaciones de mercancías.

#### Balanza de Servicios

Se registran los pagos que hicieron los residentes de un país al exterior, y los que recibieron del exterior por prestación de servicios.

Las dos balanzas anteriores, representan la Balanza de Transacciones en Cuenta Corriente, es decir, se registran todas las operaciones que representan compraventa de mercancías y de servicios.

#### Balanza de Capitales

Registra el movimiento de fondos entre un país y los demás, por concepto de préstamos a inversiones y por sus pagos y devoluciones, incluidos los movimientos de la reserva monetaria.

#### La Reserva Monetaria

Es el conjunto de valores líquidos internacionales, está constituida de oro y medios de pago con los que cada país liquida en definitiva los saldos finales de sus cuentas con el exterior.

#### Transferencias de Ingreso

No tienen una contrapartida dentro del balance de pagos.

Las transferencias son obligatorias, derivadas de tratados de paz.

Son voluntarias, públicas o privadas.

#### Errores y Omisiones

Se agrega para igualar el total del debe (ingresos), con el total del haber (egresos) de la balanza de pagos.

#### 4. Efectos de la Importación.

Cuando la producción nacional es insuficiente para cubrir la demanda de satisfactores, en cuanto a cantidad, oportunidad, o calidad requeridas, se recurre entonces a la importación de mercancías, procurando obtener el menor costo que si el país las produjese.

Desde luego que la importación repercute negativamente en la balanza de pagos, por lo que se deberá determinar hasta -- donde sea posible, cuales son los artículos indispensables y de mejor calidad que tengan que ser importados. De aquí se ve la necesidad de incrementar la producción nacional con objeto de substituir importaciones, o racionalizar las mismas.

#### 5. Efectos de la Exportación.

- a) Se adquiere capacidad de compra Internacional.
- b) Se optimiza el empleo de los recursos nacionales -- (trabajo, capital y recursos naturales).
- c) Evita la ociosidad de nuestros recursos.
- d) Se obtiene una mayor remuneración.
- e) Permite ampliar las ventas de nuestros productos -- que más abunden.
- f) Promueve incrementos en la ocupación de mano de obra.
- g) Incrementa la productividad y reeditúa ganancias para las empresas nacionales.

#### 6. Desequilibrio de la Balanza de Pagos.

"La evolución de la estructura de la balanza de pagos -- tiene importancia en cuanto nos muestra si el país exporta más -- de lo que importa (en bienes, en servicios y en ambos), si guarda equilibrio en su cuenta corriente o, en su caso, cómo financia el déficit, antes de pasar a la etapa de lograr el equilibrio o de exportar capital". (1)

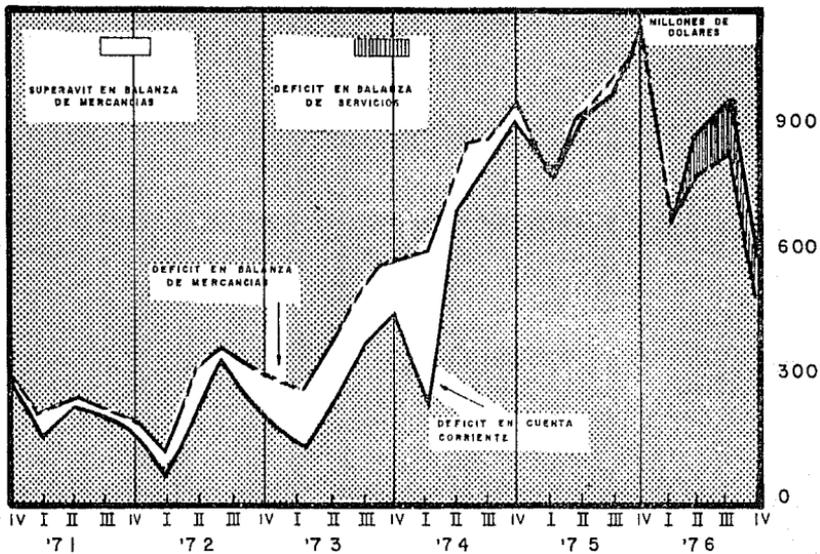
- (1) Torres Gaytán, Ricardo  
 "Teoría del Comercio Internacional".  
 Editorial Siglo XXI  
 Pág. 236

Existe desequilibrio en la Balanza de Pagos durante un período considerado, cuando los ingresos provenientes del exterior son insuficientes para cubrir sus pagos. Teniéndose que cubrir con otros recursos, como por ejemplo, la reserva.

#### 7. Ventajas.

- 1.- Permite conocer en términos absolutos y relativos, la "magnitud de desequilibrio", y deducir sus causas.
- 2.- Se analiza la estructura de las operaciones exteriores, la proyección del pasado y su tendencia.
- 3.- Conociendo los movimientos de los pagos internacionales, es posible regular el mercado de cambios; -prever a corto plazo, la capacidad de pago del -- país.
- 4.- Se pueden conocer los efectos de la política monetaria y fiscal sobre la actividad económica.
- 5.- Es posible conocer el origen, composición y monto de los ingresos provenientes del exterior, así también se puede conocer el destino, estructura y la cuantía de los gastos efectuados en el exterior.
- 6.- Aporta datos sobre la estructura económica del --- país y su posición competitiva y financiera internacional.

CUENTA CORRIENTE DE LA  
BALANZA DE PAGOS.



FUENTE: BANCO DE MEXICO, S. A.

## 8. Comercio Internacional de México.

## 8.a. Breve Análisis.

Las exportaciones durante el año de 1976 registraron un aumento considerable.

Las importaciones, que habían permanecido estables, registraron un descenso; por lo tanto el déficit tradicional de nuestra balanza, decreció en forma bastante favorable.

Los siguientes cuadros nos proporcionan una mejor idea:

	EXPORTACIONES	(millones de pesos)
1975	<u>35,732</u>	
1976	<u>46,000</u>	
	Diferencia	<u>10,268</u>
	IMPORTACIONES	
1975	<u>82,251</u>	
1976	<u>78,000</u>	
	Diferencia	<u>4,251</u>
	DEFICIT	
1975	<u>46,519</u>	
1976	<u>32,000</u>	
		<u>14,519</u>

Fuente: Dirección General de Estadística S.C.

## 8.b. Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica.

Analizar el comportamiento de nuestro comercio con los E.U.A. es muy importante, puesto que además de ser un mercado natural para nuestros productos, por su cercanía geográfica, es el principal consumidor y proveedor para nuestro país; de allí la importancia de su estudio.

## IMPORTACIONES (millones de pesos)

1976	_____	12,780
1977	_____	15,839
		<u>3,059</u>

## EXPORTACIONES

	Enero	Febrero	Marzo	Total
1976	_____ 2,163	2,068	2,407	6,638
1977	_____ 5,773	4,372	6,985	15,130
	<u>1,610</u>	<u>2,304</u>	<u>4,578</u>	<u>8,492</u>
EXPORTACIONES DE PETROLEO				
1976	_____ 483.9	396.8	453.1	1,333.8
1977	_____ 949.5	882.6	1,856.8	3,668.9
	<u>465.6</u>	<u>485.8</u>	<u>1,403.7</u>	<u>2,355.1</u>
EXPORTACIONES DE CAFE				
1976	_____ 407.7	350.8	454.4	1,212.9
1977	_____ 893.4	1,406.0	1,913.2	4,212.6
	<u>485.7</u>	<u>1,055.2</u>	<u>1,458.8</u>	<u>2,999.7</u>
EXPORTACIONES DE ALGODON				
1976	_____ 83.3	105.8	104.7	293.8
1977	_____ 80.5	38.9	52.1	171.5
	<u>2.8</u>	<u>66.9</u>	<u>52.6</u>	<u>122.3</u>
EXPORTACIONES DE PLATA				
1976	_____ 132.6	74.1	76.7	283.4
1977	_____ 125.8	76.4	122.1	324.3
	<u>6.8</u>	<u>2.3</u>	<u>45.4</u>	<u>40.9</u>

Fuente: Dirección General de Estadística S. de C.

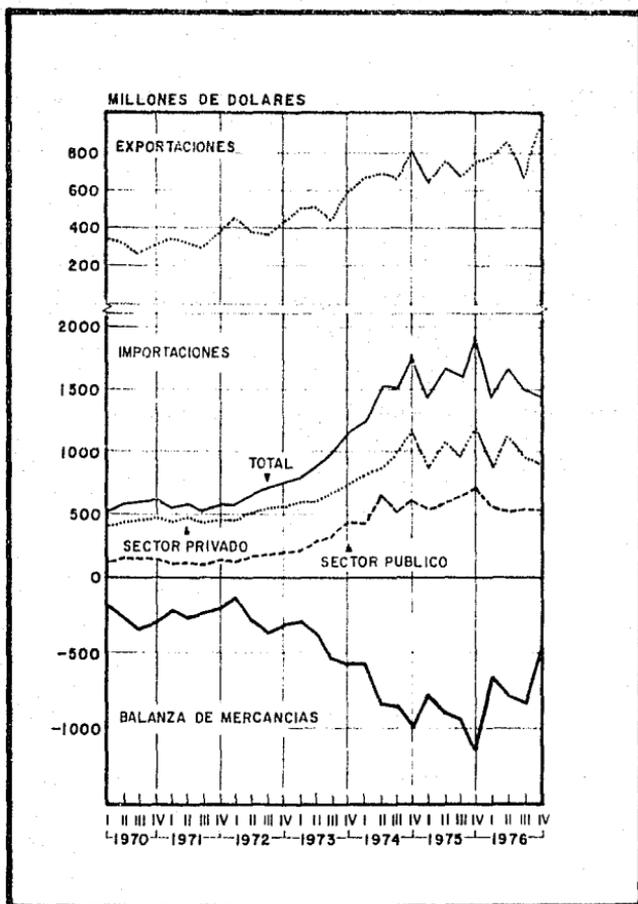
### 8.c. Comentarios.

Los datos de los cuadros anteriores, no obedecen a un incremento en la producción de manufacturas, sino lo que está sucediendo, es que nuestra principal fuente de exportaciones se encuentra en el petróleo, café, plata y algodón.

Es decir, aunque las ventas a los E.U.A. crecieron, se debió a la venta de productos básicos, y no de manufacturas.

Podemos concluir, que la industria requiere un mejor --trato oficial en sus productos susceptibles de explotación comercial, así como una mejor política fiscal, de protección y ayuda.

## COMERCIO EXTERIOR



## II. - LA EXPORTACION

## A DEFINICIONES.

La definición de exportación, puede considerarse como una operación que supone una salida de mercancías y servicios, - más allá de las fronteras jurídicas y políticas de un país, provocando una entrada de divisas, las que a su vez permitirán la adquisición de materias primas, bienes de equipo y bienes de consumo.

La exportación es una actividad (venta), que se realiza más allá de las fronteras y que permite obtener el máximo rendimiento de los medios de producción, abarcando mercados cada vez mayores y logrando sobre todo la óptima productividad de los recursos propios.

La exportación implica considerar una serie de técnicas como son: envase, embalaje, transportes, canales de distribución, ciertas cuestiones arancelarias, sistemas de financiamiento y de garantías de crédito. Sin embargo, la exportación no se puede considerar como una técnica sino simplemente como una venta, apoyado en una serie de normas y requisitos.

## B SECUENCIA DE LA EXPORTACION.

La secuencia de la exportación sigue una serie de mecanismos como investigaciones y análisis que el exportador deberá llevar a cabo y que le permitan una certeza de sus posibilidades de venta. También deben tomarse en cuenta tanto los factores externos como los internos.

## 1. Factores Externos.

1) Comportamiento de las importaciones del mercado seleccionado, principales proveedores y nombre y direcciones de las firmas importadoras.

2) Impuestos a la importación, permisos, cuotas, depó-

sitos previos y demás mecanismos de control vigentes en el país.

- 3) Presentación comercial, normas de calidad y disposiciones para empaque y embalaje aplicables en el mercado elegido al artículo que se pretende exportar.
- 4) Convenios comerciales de Crédito Recíproco, Interbancarios, Sistemas Generalizados de Preferencias Arancelarias y demás mecanismos similares aplicables a los productos que se hayan escogido.
- 5) Formas de facturación y pago usuales en el mercado bajo análisis y cotizaciones imperantes para el producto correspondiente y volúmenes respectivos.
- 6) Canales de Distribución, formas de publicidad y promoción empleados para la venta de mercancías análogas o similares en el mercado seleccionado.
- 7) Ferias y exposiciones especializadas que se lleven a efecto en el mercado que se seleccione y misiones comerciales de importación o exportación que visiten nuestro país o que vayan a ese mercado en cuestión.

## 2. Factores Internos.

- 1) Régimen arancelario de exportación para el producto específico de que se trate, impuestos de exportación, permisos, certificados y demás requisitos aplicables al caso.
- 2) Estímulos y ayudas a la exportación establecidos por el gobierno mexicano: fiscales, financieros, de transporte, de promoción de ventas y administrativos.
- 3) Medio de transporte más adecuado para el envío de los productos exportables, análisis de fletes, periodicidad y clase de servicio, facilidades portuarias y de transporte correspondientes. Seguro de --

transporte.

- 4) Seguro de crédito para exportación; costos de manejo aduanal; investigación y desarrollo de empaque y embalaje para exportación, así como costo del mismo.
- 5) Estructuración del diagrama de procedimientos para la tramitación de la documentación de exportación respectiva.
- 6) Análisis de la evaluación, para determinar la posibilidad de venta del producto.

Se debe hacer mención especial a los trabajos que la empresa desarrolla para estructurar y presentar su oferta de promoción, misma que proporcionará la primera imagen de la empresa y en la que se fincará un gran porcentaje del éxito o fracaso de la exportación.

La oferta de promoción no pretende otra cosa que informar de las características, ventajas y condiciones de los productos y de la forma de venta misma, a efecto de normar el criterio y la decisión del potencial importador. En la práctica, los datos de su contenido son suficientes para remitir a cada posible comprador un tanto de esta oferta, a efecto de iniciar de esta manera el intercambio de correspondencia que desemboca en la venta en firme.

Un mecanismo más dinámico de promoción, consiste en -- realizar un viaje de negocios al país importador para presentar personalmente la oferta y tomar nota de todos aquellos elementos adicionales que pudieran facilitar u obstaculizar la venta de -- los productos.

## C INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN LA EXPORTACION.

1. Principales organismos nacionales, oficiales y privados.

Existen en México diversos organismos oficiales y pri-

vados dedicados a fomentar el comercio exterior, cada uno de los cuales otorga diversos estímulos con el objeto de impulsar con mayor energía -al menos es el objetivo- la exportación de productos y servicios.

Son varias las instituciones de carácter público que se ocupan dentro de su respectiva competencia administrativa de formular y/o ejecutar políticas para promover la expansión y diversificación de las exportaciones, las que se agrupan en la siguiente forma.

## 2. Organismo Central de Coordinación.

Instituto Mexicano de Comercio Exterior. IMCE

La institución encargada del planeamiento, coordinación y formulación de las medidas generales concernientes al comercio exterior, es el IMCE.

Organismo descentralizado y mixto, fue creado por ley el 31 de Diciembre de 1970, con el objeto fundamental de coordinar los esfuerzos de los sectores público y privado tendientes a estimular el comercio exterior del país y fungir como asesor del gobierno, organismos privados y particulares en esta materia.

El IMCE organiza y promueve misiones comerciales, ferias y exposiciones, impulsa la oferta nacional de exportación, contribuye a la racionalización de nuestras compras en el exterior, proporciona apoyo al exportador y estudia los mercados.

## 3. Secretarías de Estado.

Estas instituciones oficiales de acuerdo a las atribuciones establecidas en la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado en comercio exterior son:

Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Desarrolla diversas actividades, por lo que respecta a

comercio exterior p. ej. proyectos de leyes de impuestos a la exportación, dirección de servicios aduanales y de inspección etc. algunos órganos de la misma también desarrollan actividades: Dirección General de Aduanas, de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales, Comisión Ejecutiva de Aranceles y Comisión General de Aranceles. Todas ellas en conjunto coadyuvan a un mayor incremento a las exportaciones.

#### Secretaría de Comercio.

Fomenta el comercio exterior del país, interviene en las ventas cuando los productores nacionales las hacen directamente a los compradores radicados en el extranjero. Los órganos de esta secretaría que prestan servicios relacionados con la materia son: Dirección General de Comercio, Dirección General de Organismos Internacionales, Dirección General de Industria y Dirección General de Estadística.

#### Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.

Realiza estudios sobre los problemas de la comercialización de los productos agropecuarios en el exterior, concede autorizaciones para la importación y exportación de vegetales y ganado, prepara estudios agrícolas a presentarse en ciertos bloques económicos.

#### Secretaría de la Defensa Nacional.

Regula la exportación e importación de toda clase de armas de fuego, municiones, explosivos químicos y material estratégico.

#### Secretaría de Salubridad y Asistencia.

El control higiénico y la inspección sanitaria de comestibles y bebidas, productos biológicos, drogas y productos medicinales, son entre otras las funciones que desarrolla en cuanto a exportación.

### Secretaría de Gobernación.

Regula la importación y exportación de películas cinematográficas y además maneja el archivo general de la Nación, -- que regula la exportación de documentos y libros raros que tengan relevancia histórica para el país.

### Secretaría de Marina.

Interviene en la promoción y organización de la marina mercante del país y en todo los problemas relacionados con las comunicaciones marítimas, opinando en el estudio y fijación de las tarifas.

## 4. Organismos Paraestatales.

### Banco Nacional de Comercio Exterior.

Entre las funciones que desarrolla se tiene la de financiar la producción de artículos exportables y otros para sustituir importaciones. Apoyar y crear la formación de empresas para la comercialización de los principales productos de exportación con miras a defender los precios de venta en el exterior. - En los últimos años ha aumentado sus financiamientos a los productos destinados al comercio exterior, tanto agrícolas como manufacturados, así como derivados de la pesca; interviene también en el financiamiento de algunas importaciones esenciales para la economía del país.

### Nacional Financiera, S.A.

Es una institución nacional de crédito cuya función es estimular el desarrollo económico de México mediante el financiamiento y la promoción de la industria y otras actividades productivas.

Se creó en 1934, y su Ley Orgánica le dotó de amplias facultades para desempeñar su trabajo. Es actualmente el banco - que maneja el mayor volumen de recursos en el país después del Banco Central.

Contribuye indirectamente a facilitar y promover la -- venta de artículos industrializados en el exterior, ayudando al financiamiento de estas actividades; también interviene en ciertos programas especiales administrados en fideicomiso, tales como Fondo para el Fomento de las Pequeñas y Medianas Industrias y el Programa Nacional Fronterizo.

#### FOMEX

Fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados.

Proporciona financiamiento al exportador de manufacturas y servicios, buscando que los productos mexicanos lleguen -- competitivamente al mercado internacional en cuanto a financiamiento se refiere.

Protege al exportador contra riesgos de carácter político a que están expuestos; apoya las ventas en el mercado doméstico de la industria mexicana, fabricantes de equipos e instalaciones que se realizan en competencia con proveedores del extranjero.

Se han ampliado los recursos y se ha impartido una mayor flexibilidad al fondo, para el fomento de las exportaciones; en 1975 financió exportaciones por 6,643,000.00.

#### FONEI

Fondo de Equipamiento Industrial.

Tiene por objeto promover el establecimiento, la ampliación y/o modernización de empresas, que generan la mayoría -- de su producción a los mercados del exterior apoyados en un mercado doméstico amplio, que les sirva como base a sus operaciones.

Procura que se sustituyan importaciones, y que los productos elaborados estén en condiciones de competencia, calidad y precio con artículos elaborados en el extranjero.

Financia labores de maquila, cuando exista un mercado en el exterior, asegurado.

Los términos para otorgar financiamientos serán aprobados; si el estudio de factibilidad es correcto, lo cual nos da origen a su realización.

## FONEP

Fondo Nacional de Estudios de Preinversión.

Su objetivo principal es poner a disposición del inversionista que lo solicite, medios financieros y técnicos para la realización de estudios de preinversión requeridos en el sector público y entidades privadas.

El fondo hace un estudio de preinversión, que le va a permitir al inversionista conocer el destino y beneficio de su capital antes de invertir, así mismo le son proporcionados los datos técnicos y financieros del negocio, también la manera de obtener la mejor localización, la tecnología más adecuada y una organización más eficiente.

Dentro de sus principales operaciones está el proporcionar al inversionista, registros actualizados de firmas consultoras regionales, nacionales e internacionales en las que puede seleccionar la que más se adapte a las características concretas de cada estudio.

## FOMIN

Fondo Nacional de Fomento Industrial.

Tiene como objetivo promover la creación de capacidad productiva industrial así como el aprovechamiento y mejoramiento de las ya existentes, por medio de aportaciones temporales de capital social.

Además está orientado hacia el apoyo de pequeñas y medianas industrias que no tienen medios para desarrollarse.

Su esfuerzo principal es dirigirse a las regiones de -

menor desarrollo relativo dentro de la República.

El monto de su participación temporal, del fondo en -- las industrias, es una tercera parte del capital social total.

Además de fortalecer el desarrollo regional impulsando la descentralización industrial, crea nuevas fuentes de trabajo y contribuye al mejoramiento de la balanza de pagos por medio de - las sustituciones a las importaciones y el fomento de las expor- taciones, promueve la creación de tecnología, y finalmente procu - ra formar una planta industrial debidamente integrada.

#### COMESec

Compañía Mexicana de Seguros de Crédito.

Está integrada por las aseguradoras, dedicadas a ries- gos comerciales.

Su objetivo principal es el de asegurar la mercancía - a exportar.

Existen tres tipos de riesgos:

- A) Mora prolongada
- B) Insolvencia legal
- C) Insolvencia de Hecho

#### FOGAIN

Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana.

Atiende las necesidades de crédito de los pequeños y - medianos industriales.

Opera a través de Bancos de Depósito, Sociedades Finan - cieras privadas, Nacionales y Mixtas así como uniones de crédi- - to.

Este fondo adopta la división del país en las zonas es - tablecidas por el decreto presidencial del 19 de julio de 1972 -

que preve estímulos a la descentralización industrial.

En base a ello, la zona I de mayor concentración industrial, comenzando por el D.F., algunos municipios del Edo. de México, Monterrey, Guadalajara.

El FOGAIN, aplica una tasa de interés del 11%. La segunda tasa está constituida por zonas aledañas a la anterior y la tasa de interés es del 10%, la tercera que abarca el resto del país, tiene una tasa de interés del 9%.

#### 5. Instituciones de Carácter Privado.

El sector privado tiene también organismos con finalidad particular en las exportaciones, buscando como único fin el de coadyuvar con los organismos oficiales para lograr la mejor coordinación y elevar al máximo las exportaciones que traerán como resultado el de nivelar nuestra balanza comercial, entre algunos de estos podemos mencionar:

Asociaciones Nacionales y Regionales de Importadores y Exportadores.

Constituye una de las más altas representaciones institucionales del sector privado en el Consejo del Comercio Exterior de México. Agrupa y apoya la formación de asociaciones regionales de importadores y exportadores y sus funciones son muy diversas, todas ellas encaminadas a mejorar el comercio exterior.

Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana.

Proporciona a los importadores y exportadores los siguientes servicios: bodegas cercanas a las aduanas, cubrir por cuenta propia los gastos de fletes, impuestos y derechos de las mercancías de los clientes; establece oficinas en puntos de gran concentración urbana, cuenta con reexpedidores de carga que facilitan con esto el tráfico internacional.

## 6. Otros Organismos con Finalidad Colateral con el Comercio Exterior.

### Asociaciones de Banqueros de México.

Su principal objetivo es armonizar los intereses de sus miembros para procurar su participación en el asesoramiento de las operaciones de los exportadores y en el desarrollo económico del país. Está integrada por asociaciones de crédito e inversión, así como por un gran número de organizaciones auxiliares a nivel nacional.

### Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A.C.

En coordinación con las compañías similares de América Latina y Europa, llevan a cabo una serie de actividades a fin de ayudar positivamente al esfuerzo de las transacciones comerciales externas.

### Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. (CONCAMIN).

Representa los intereses de la industria y provee las medidas más adecuadas que favorezcan y mejoren nuestro comercio exterior, labor que realiza en forma directa y/o a través de sus cámaras y asociaciones.

### Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).

Filial de Concamín, fomenta también el desarrollo de la industria de transformación, procurando asegurar el mercado interno para sus productos y buscando nuevas oportunidades en el mercado internacional.

### Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de la República Mexicana. (CONCANACO).

Cumpliendo con el objetivo de fomentar las exportacio-

nes mexicanas, organiza congresos, asambleas, mesas redondas sobre comercio exterior, participa en ferias, exposiciones y misiones comerciales a otros países. Participa como miembro en otras asociaciones.

Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, A.C.

Realiza trabajos en materia económica, a fin de que -- sus afiliados dispongan de elementos necesarios para llevar a cabo sus actividades. Patrocinado por varias confederaciones, su función primordial es elaborar trabajos de los cuales el 70% es de comercio exterior, además de servir como consultor y orientador con empresas de reciente creación.

#### D ESTIMULOS A LA EXPORTACION.

Indudablemente que los organismos antes mencionados -- ofrecen una serie de ayudas para promover la exportación, pero -- también existen los mecanismos especiales de financiamiento como son: Régimen de Incentivos Fiscales y otros mecanismos de promoción.

##### 1. Régimen de Incentivos Fiscales.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público ha establecido distintas medidas para estimular las exportaciones como:

a) Acuerdo que dispone se devuelva a los exportadores de productos manufacturados nacionales los impuestos indirectos y el impuesto general de importación por medio de los Certificados de Devolución de Impuestos (CEDIS) documento intransferible con vigencia de 5 años y utilizado exclusivamente para pagar impuestos federales que no estén afectados a un fin específico.

b) Acuerdo que dispone los requisitos a que se sujetarán las operaciones temporales de importación y exportación.

c) Reglamento a que se sujetarán las empresas maquiladoras en la frontera norte del país y en los litorales.

## 2. Otros Mecanismos de Promoción.

Acción sobre los mercados internacionales. Son programas específicos que se pueden identificar como: ferias, exposiciones, misiones comerciales e investigación de mercados.

Acción a Nivel Nacional.- En este mecanismo interno se encuentran los cursos de capacitación que imparten algunas conferencias o bien el IMCE. Los sistemas de información y por último la reducción de fletes ferroviarios.

### III. CONSORCIOS Y EMPRESAS DE EXPORTACION

#### A FORMACION.

Debido a la situación específica de cada país, se han desarrollado diferentes tipos de organizaciones acorde con las necesidades de los mismos. En México se ha dado un impulso muy importante a los consorcios y empresas de comercio exterior.

Estas organizaciones se forma agrupando a varias empresas-socios, transfiriendo sus derechos y obligaciones acerca de la exportación de sus productos, en favor de un agente jurídico totalmente independiente de las actividades productivas. Constituyen una organización mercantil cuyo fin es la maximización de utilidades de acuerdo con los aportes de cada socio.

Desde 1971 el Gobierno Federal fomentó la creación y el desarrollo de estas organizaciones, creando un incentivo fiscal específico para sus operaciones. También con el fin de reestructurar su funcionamiento la Secretaría de Hacienda reglamentó sus actividades.

#### B OBJETO.

El objeto es:

- a) Acrecentar la eficacia de las actividades de exportación.
- b) Aumentar la penetración en los mercados exteriores sobre todo en productos de exportación tradicionales.
- c) Impulsar el desarrollo económico del país.

#### C VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

Las ventajas de los consorcios y empresas de comercio exterior son:

- 1) Aumento de ingresos de divisas.
- 2) Aprovechamiento óptimo de los conocimientos técnicos.
- 3) Mejoramiento de los métodos seguidos en el país.
- 4) Asistencia para la ejecución de los planes oficiales de desarrollo.
- 5) Fabricación y perfeccionamiento de los productos de exportación.
- 6) Colabora a disminuir el volumen de desempleo.
- 7) Medio de comunicación entre autoridades e industriales.
- 8) Ejemplo para otras agrupaciones e industrias.

#### La desventajas.

Son muy pocas las probables respuestas que podamos dar a este respecto, ya que precisamente su creación y fomento es -- con el fin de elevar las exportaciones mexicanas, y solo señalaremos una que poco a poco ha ido desvaneciéndose y es precisamente la falta de comunicación entre consorcios y empresas de comercio exterior, que obstaculiza el acercamiento para mejorar sus funciones.

#### D FUNCIONES DE LOS CONSORCIOS.

Entre las principales funciones podemos mencionar las siguientes::

1.- Promueve las ventas de sus asociados a través de personal técnico especializado en todas las áreas de comercialización.

2.- Unifica y dispone de toda la información necesaria sobre mercados en el exterior, constituyendo así un órgano de --

consulta para sus asociados.

3.- Negocia y contrata servicios aéreos, terrestres y marítimos.

4.- Documenta y atiende los requisitos consulares relacionados con la exportación.

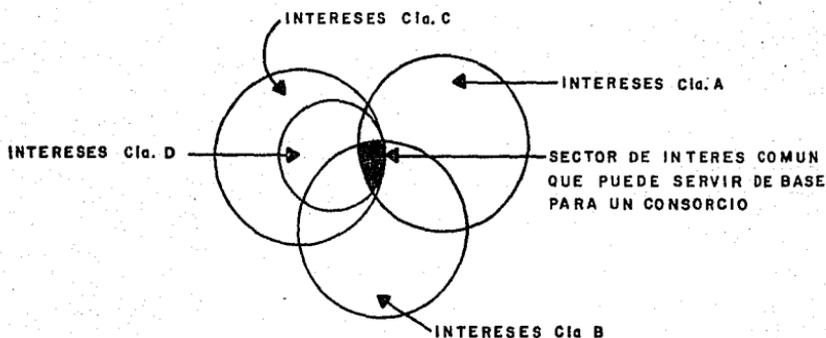
5.- Revisa que los bienes estén asegurados, empacados, documentados, domiciliados y despachados apropiadamente.

6.- Maneja las mercancías y las transporta a su destino con menores costos.

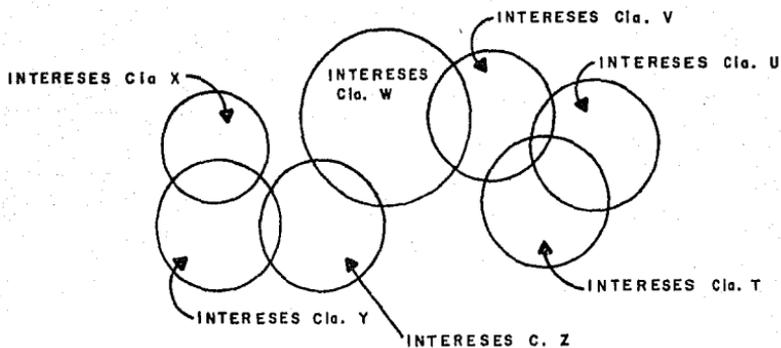
7.- Consolida y realiza la integración de ofertas con productos de diversos asociados.

8.- Une a los pequeños y medianos empresarios a fin de que constituyan frentes comunes para poder competir internacionalmente.

## INTERESES COMUNES PARA LA FORMACION DE UN CONSORCIO.



### SECTOR DE INTERES COMUNES DE UN CONSORCIO.



INTERESES INTERRELACIONADOS PERO NO COMUNES QUE PUEDEN SERVIR DE BASE PARA UN CONSORCIO DE EXPORTACION.

## E. ESTRUCTURA DE UN CONSORCIO MODELO.

### 1. Organigrama General.

La organización formal propuesta, es como aparece en la figura anterior.

### 2. Consejo de Administración.

El consejo de administración, representará los intereses de todos los accionistas del consorcio, por lo que deberá estar integrado por un representante de cada empresa afiliada, cuando el número de las mismas sea reducido, en el caso de que esto no sea posible, debido a que el número de accionistas sea elevado, se podrá elegir a los representantes del consejo de administración por rotación o bien, por medio de elecciones, en las que los socios que gozan de mayor prestigio podrían ser elegidos para integrar el consejo.

### 3. Dirección.

La dirección se encargará de reunir aquellas empresas - que respondan al criterio general en que se basa la formación del consorcio.

Como el consorcio representa los intereses de muchas -- unidades independientes, ha de ser dirigido como entidad única, - con una estructura jerárquica y de responsabilidad indiscutible.

El director general asumirá la responsabilidad definitiva por el éxito de la empresa adoptando personalmente las decisiones prácticas necesarias.

### 4. Area Administrativa.

El área administrativa, estará integrada por el departamento de recursos humanos, y el de relaciones gubernamentales.

4.a. Recursos Humanos. En este departamento se recluta, selecciona y acepta a los futuros miembros del mismo.

4.b. Relaciones Gubernamentales.- La importancia de este departamento, radica en que tiene a su cargo la tramitación -- del CEDI y del EXTRA CEDI, así como la presentación, tramitación y obtención de permisos de exportación, visas, certificados de -- origen, certificados de calidad, etc. requisitos solicitados por las diversas secretarías de Estado, y para realizar exportaciones, está en contacto con el IMCE.

#### 5. Area de Tráfico.

El departamento de tráfico es el responsable del manejo de los materiales que se exportan. Esta responsabilidad se origina en el momento en que el producto termina su fase de fabricación, y no cesa hasta que se encuentra en poder del comprador.

Este departamento se divide en tres áreas muy importantes, Transportación Terrestre, Transportación Marítima, Transportación Aérea.

##### 5.a. Transportación Terrestre.

Si se decide realizar el embarque por vía terrestre, -- existen dos medios posibles: por ferrocarril o por carretera.

##### 5.b. Transportación Marítima.

Las vías de transportación marítima tienen la ventaja -- de reducir los costos de embarques muy pesados o voluminosos, a -- lugares donde no es posible usar el ferrocarril.

##### 5.c. Transportación aérea.

Ofrece la ventaja del ahorro de tiempo en tránsito de -- mercancías.

#### 6. Area de Mercadotecnia.

El área de mercadotecnia, servirá como medio de comunicación del consorcio con el mercado, ésta área se divide en tres ramas importantes que son: ventas, investigación de mercados, fomento de ventas.

### 6.a. Ventas.

Función principal de la mercadotecnia de acuerdo a las posibilidades, capacidades, enfoque y estrategia con los recursos.

### 6.b. Investigación de Mercados.

Sugiere los mejores posibles lugares para vender nuestros materiales, usando las mejores estrategias en cuanto a calidad, precio, etc.

### 6.c. Fomento de Ventas.

Se tienen las responsabilidades de aumentar áreas de acción y ampliar sus perspectivas.

## 7. Area de Finanzas.

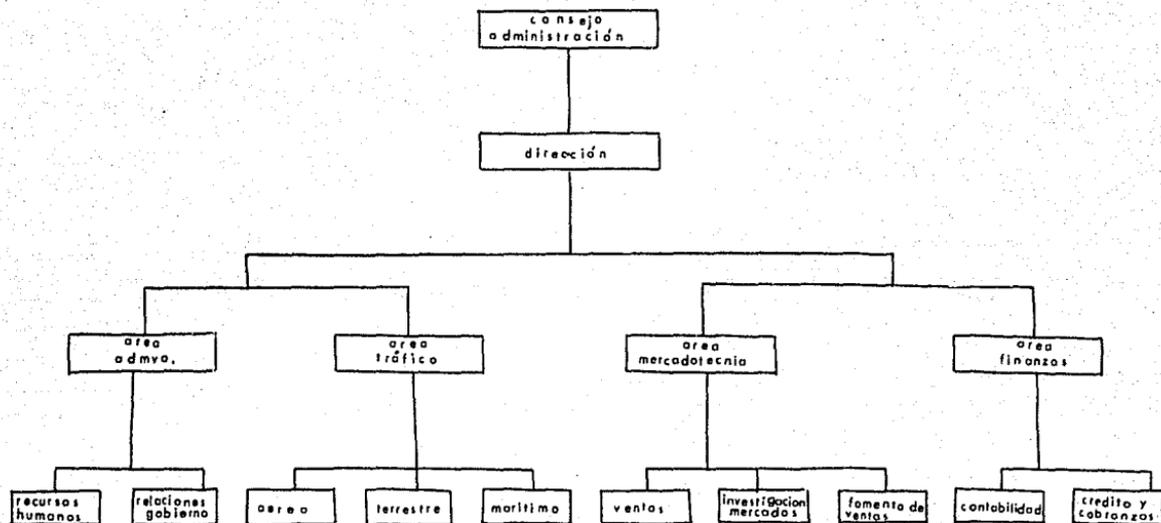
La función financiera deberá ser, obtener y usar eficazmente los fondos necesarios para operar el consorcio. Se divide en dos partes principales: Contabilidad, Crédito y Cobranzas.

### 7.a. Contabilidad.

Deberá ser fuente de información para los administradores del consorcio, las empresas participantes, las instituciones crediticias, las instituciones financieras y el gobierno.

### 7.b. Crédito y Cobranzas.

Otorgar créditos a las empresas y llevar a cabo las cobranzas del consorcio.



*Organigrama de un Consorcio*

## F TRADING COMPANIES.

El origen de los consorcios y empresas de exportación - fueron las casas exportadoras que existían en Inglaterra, Holanda, Francia, Portugal y España, como práctica de penetración colonialista y que incrementaron su comercio a partir del siglo XVI a través de organizaciones dedicadas al comercio exterior.

Actualmente un resultado de las anteriores han sido los trading companies. Este tipo de casas de exportadoras tienen su origen en las empresas comerciales japonesas denominadas SOGO --- SHOSHA, Sogo (generales) Sho (comerciales) Sha (empresa), cuyo origen data de 1639. A fin de ayudar en la solución de los problemas que en un tiempo padecieron los japoneses, cuando el 95% de su comercio exterior se encontraba en manos extranjeras, y para evitar tal dominio el gobierno se dirigió a varios de los grupos industriales más grandes del Japón, llamados en dicho país - - - ZAIBATSU y los impulsó a fundar compañías comerciales. De estos grupos industriales financieros, nacen los "trading" originarios de tres núcleos: el primero formado por Mitsui, Mitsubishi y ---- Sumitomo; el segundo formado por Marubeni Ida, C. Itho, Tohio --- Menka y Michimen y otro grupo especializado en el comercio textil conocido como Goshu. El tercero especializado en el comercio del acero y formado por las empresas Nisso e Iwai.

Este tipo de empresas que forman los trading tienen las siguientes características:

- a) Son empresas financieras que extienden sus recursos a numerosos campos de la industria.
- b) Poseen un comercio balanceado, pues es en el volumen donde se enfoca el esfuerzo de estas compañías.
- c) En cuestión de redes comerciales tienen una muy fuerte posición en varios países, y sobre todo que las establecen de acuerdo al lunar y a las circunstancias de aquellos.
- d) Una de las razones que ayudan a la prosperidad de estos núcleos radica en sus principios de adaptabilidad y servicios en los clientes, no emprendiendo negocios hasta que sus investigadores no hayan estudiado los problemas financieros y de otra índole.

e) Sus operaciones son muy versátiles contándose entre las principales:

- Sólida unión con sectores industriales en sus operaciones.
- Agentes de seguros.
- Servicios de consultoría.
- Compra de productos por cuenta propia para su reventa.
- Como inversionistas en algunas ramas de la industria.

## IV.- LEGISLACION

## A LEGISLACION NACIONAL SOBRE EXPORTACION.

Durante el sexenio 1970-1976, que podría llamársele el del "auge del comercio exterior", se publicaron diversas leyes - que aunadas a las ya existentes, representaron un punto de apoyo para el comercio exterior, lo que motivó se elevaran nuestras exportaciones.

- a) Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional en Materia de Monopolios y su reglamento. \* 5 de Enero de 1961.  
Preserva los intereses del país contra la importación de mercancías que pueden venderse en competencia desleal lesionando nuestra economía.
- b) Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica. \* 30 de Dic. de 1950.  
Establece las modalidades de los permisos de exportación e importación cuando existan restricciones, y las de exportación de materias primas y artículos manufacturados.
- c) Código Aduanero de los Estados Unidos Mexicanos \* 31 de Diciembre de 1951.  
Contempla todos los aspectos del tráfico internacional de mercancías y por tanto todas las operaciones que de importación y exportación se efectúen.
- d) Reglamento para la expedición de permisos de importación de mercancías sujetas a restricciones. \* 28 de Noviembre de 1956.  
Regula las autorizaciones que expide la Secretaría de Comercio, para la importación de diversos productos en razón de la salud de nuestra economía.
- e) Código Fiscal de la Federación. \* 19 de Enero de -- 1967.  
Tipifica el delito de contrabando y sus diversas mo

dalidades, determina que se comete cuando se inter-  
nen al país o extraigan de él mercancías omitiendo  
el pago parcial o total de impuestos, o cuando su  
importación o exportación estén prohibidas o no  
cuenten con el permiso otorgado por la autoridad  
competente.

- f) Ley que crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. \* 29 de Diciembre de 1970.  
Creado por iniciativa del Sr. Lic. Luis Echeverría Álvarez, tiende a fomentar investigaciones, desarrollos y estudios científicos y tecnológicos. Es órgano asesor del Ejecutivo Federal en esta materia. Ha proporcionado nuevo impulso al envío de técnicos nacionales para su adiestramiento en el exterior y para la exportación de tecnología mexicana.
- g) Acuerdo que reforma, adiciona y deroga diversos puntos relativos a la devolución de impuestos a favor de los exportadores de manufacturas nacionales. \* 15 de Marzo de 1971.  
Establece la devolución a los exportadores de productos industriales de manufactura nacional, hasta la totalidad de la participación neta federal de los impuestos indirectos que grava el producto de exportación con un grado de manufactura nacional del 40% como mínimo.
- h) Circular del Banco de México, S.A. No. 1745/72 de fecha: 11 de Diciembre de 1972, Capítulo 2º y anexo 3.  
Dispone que las instituciones de crédito mexicanas otorguen financiamiento a los exportadores de productos manufacturados mediante las líneas de crédito que reciben del mismo banco y de otros en el extranjero.
- i) Acuerdo que dispone el otorgamiento de un subsidio a las importaciones de maquinaria y equipo que se destine a producir manufacturas de exportación. \* 28 de Agosto de 1975.  
Los industriales que importen directamente maquinaria y equipo, y que se dediquen a producir manufac-

turas de exportación o bienes de capital, se deduce hasta el 75% de la cuota de ad valorem del impuesto establecido en la Tarifa del Impuesto General de Importación.

- j) Acuerdo que dispone el otorgamiento de incentivos - fiscales a favor de las empresas de comercio exte--rior. \* 28 de Agosto de 1975.  
Concede estímulo fiscal consistente en la devolu--ción de hasta la totalidad de la percepción neta fe--deral de los impuestos indirectos que cubran por --sus actividades y que deberán destinar íntegramente a sufragar los gastos ocasionados por sus operacio--nes de comercio exterior.

## INVESTIGACION DE CAMPO

## V.- PASOS SEGUIDOS EN LA INVESTIGACION

## A HIPOTESIS.

Del griego Hypothesis, significa la suposición de una cosa posible de la que se obtiene una conclusión.

Consideramos que la finalidad de los organismos nacionales encargados de fomentar y dar trámite a las exportaciones de nuestro país, fueron creados con un objetivo ideal; pero en la práctica estos organismos no cumplen en muchas ocasiones con sus objetivos por diversas fallas, tanto humanas como técnicas.

Por lo tanto, nuestra investigación la centramos en la búsqueda de las principales fallas existentes, con objeto de señalar sus posibles soluciones, y de ésta manera lograr un aprovechamiento idóneo de los mismos, ya que un país como el nuestro - que se encuentra en una etapa de desarrollo económico, debe maximizar el aprovechamiento de sus recursos humanos, técnicos y materiales.

Es por eso que elegimos éste tópico tan importante, -- con el fin de ayudar con nuestro grano de arena a elevar, como antes lo mencionamos, las exportaciones y con esto el nivel de vida de nuestro país.

Consideramos que si la investigación la encamináramos, hacia las empresas que exportan, obtendríamos los resultados esperados, para señalar posibles soluciones a la mejor comercialización de nuestros productos en el extranjero, de tal forma que cualquier producto exportable, no encuentre limitaciones u obstáculos por parte de nuestro gobierno a través de sus diferentes organismos, y así en un futuro no muy lejano lograr una efectiva ampliación de nuestro comercio internacional.

## B DETERMINACION DEL CONJUNTO UNIVERSO.

Después de haber recorrido varios caminos, llegamos a la determinación del conjunto universo, el cual serían las empresas dedicadas a la exportación, y es hacia donde dirigimos la investigación, por ser las que se enfrentan a los principales problemas en esta actividad, y por lo tanto nos podrían proporcionar una mejor visión de los aspectos positivos y negativos observados por ellos, de los organismos oficiales a los que recurren en sus funciones diarias.

Desafortunadamente los recursos que teníamos eran limitados en lo referente a conocimientos, relaciones, factores económicos y de tiempo.

Se tenían dos alternativas:

a) Investigar a todas las empresas que han exportado desde 1975, acudiendo al informe que para tal efecto posee el IMCE. De ese universo, determinar una muestra confiable y que además nos permitiera terminar la investigación en el tiempo previsto.

b) Investigar en los consorcios y empresas de exportación, lo cual nos permitiría realizar una investigación del conjunto universo total, o bien determinar una muestra representativa y confiable.

Se optó por la última alternativa puesto que las empresas de exportación y los consorcios agrupan aproximadamente a 1400 productores, además su número reducido (57) nos permitiría hacer la investigación en el tiempo límite y obtener resultados confiables, considerando los volúmenes tan grandes de exportación que manejan.

## C DETERMINACION DE LA MUESTRA.

Ya determinado el universo, procedimos a obtener la muestra, la que debe tener dos características esenciales que son: ser representativa del universo a estudiar, y que cumpla con su cometido.

Con respecto a la primera característica, podemos mencionar que debe ser seleccionada sin incurrir en errores y es conveniente conservar un margen de seguridad. Como segunda característica debería de tener una extensión marginal adecuada para obtener los informes necesarios y suficientes que satisficieran los requisitos a desempeñar en nuestro trabajo.

Mezcladas estas dos características optamos por recurrir a todos los consorcios y empresas de comercio exterior, ya que en su conjunto representaría una muestra ideal.

Discutido lo anterior y para mayor confiabilidad se determinó la siguiente fórmula.

$$N = \frac{9 (D) (Q) (N)}{(N-1)E^2 + 9 (P) (Q)} = 99.7\%$$

En donde: N = Total de Consorcios y empresas de comercio exterior.

P = 50% que no contesta.

Q = 50% que si contesta.

E = ± 3% margen de error.

En el desarrollo de la encuesta se consideró que un 50% de los consorcios y empresas de comercio exterior que formaban el universo no contestaría y que el otro sí lo haría.

Por lo tanto:

$$N = \frac{9 (50) (50) (54)}{(5-1) (3)^2 + 9 (50) (50)} = 52.9$$

N = Significó que tuvimos que hacer 53 cuestionarios para consorcios y empresas de comercio exterior para tener una confiabilidad de un 99.7% y un margen de error ± 3%.

## D PLANEACION DEL CUESTIONARIO.

En nuestra investigación de campo, una vez determinado el conjunto universo y su muestra, planeamos la elaboración del cuestionario, tratando de apegarlo a los objetivos de la investigación, en forma general pero sin entrar en detalles, buscando obtener una visión de los problemas a los que se enfrentan los exportadores, así como los organismos nacionales que emplean con mayor frecuencia.

### 1. Entrevistas Previas.

Se realizaron entrevistas previas con personal especializado en comercio exterior, para tener orientación y asesoría en el desarrollo del cuestionario, criticando el preliminar, y gracias a su valiosa colaboración fuimos conjuntando nuevas ideas para un cuestionario más eficaz, que cubriera los aspectos primordiales de nuestros objetivos.

### 2. Carta de Presentación.

Al cuestionario se le anexó una carta de presentación, con lo que pretendíamos:

- a) Explicar los motivos de la investigación, así como hacer una presentación de los integrantes del grupo.
- b) Asegurarles a los entrevistados la mayor reserva en cuanto a su identidad y la de sus empresas, con objeto de darles libertad en sus respuestas, y obtener una mayor confiabilidad de las mismas.
- c) Manifestarles que en su oportunidad se les entregaría copia de los resultados obtenidos, esto se hizo para darle a nuestra investigación una utilidad práctica más allá de la exclusivamente escolar, y además interesarlos en la rápida contestación del cuestionario.

### 3. Tipo de Cuestionario.

A nuestro cuestionario le dimos el tipo de preguntas - abiertas y de elección forzosa, con objeto de investigar aquellos puntos que nos eran de especial interés, y dejar preguntas de tipo abierto para que los entrevistados nos respondieran con sus palabras sin sentir limitación.

Por lo tanto nuestro cuestionario tiene una combinación en el tipo de preguntas, como son:

- a) Tricotómicos
- b) Alternativas múltiples
- c) Escala de Likert

## E MODELO DE CARTA DE PRESENTACION.

México, D.F. Marzo de 1977

AL C. DIRECTOR DEL CONSORCIO  
O EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR.

Como última etapa de nuestra carrera de Licenciados en Administración y para cumplir con el "Seminario de Investigación" que coordina el Profesor Lic. Eugenio Sisto Velazco, estamos llevando a cabo una encuesta sobre "El mejor aprovechamiento de los Organismos Nacionales de Comercio Exterior por los consorcios y -empresas de comercio exterior", para lo cual anexamos un cuestionario elaborado por el grupo.

En base a los conocimientos que hemos adquirido podemos afirmar que este trabajo puede ser de gran utilidad para los exportadores mexicanos actuales y potenciales, en un momento en que mejorar nuestra balanza comercial es una necesidad imperativa.

Manifestamos que toda la información que Ustedes se sirvan proporcionarnos será tratada en forma absolutamente confidencial, sin mencionar nombre alguno de empresa y consorcio, así como de la persona entrevistada.

Tendremos mucho gusto en proporcionarles los resultados de nuestra encuesta, que esperamos les sea de gran utilidad.

A t e n t a m e n t e

Guillermo Aldaba Camacho  
Ricardo Galicia Flores  
Raúl Hernández Tellez  
Victor Herrera Oviedo  
Javier Licea Aragón

## F. MODELO DEL CUESTIONARIO APLICADO.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

ENCUESTA SOBRE LA FORMA EN QUE LOS ORGANISMOS NACIONALES DE COMERCIO EXTERIOR, PUEDEN SER APROVECHADOS INTEGRAMENTE POR LOS CONSORCIOS Y EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

---

PUESTO QUE OCUPA EL ENTREVISTADO. \_\_\_\_\_

---

DESCRIPCION DE LOS CONSORCIOS Y EMPRESAS DE EXPORTACION.

---

1.- LOS PRODUCTOS QUE EXPORTAN SON:

MANUFACTURADOS	( )
SEMI-MANUFACTURADOS	( )
MATERIAS PRIMAS	( )

2.- LA TENDENCIA EN EL VOLUMEN DE SUS EXPORTACIONES, HA IDO EN:

AUMENTO	( )
DISMINUCION	( )
HAN PERMANECIDO ESTABLES	( )

3.- CUANTAS EMPRESAS INTEGRAN SU ORGANIZACION:

5 A 10	( )
10 A 20	( )
20 O MAS	( )

4.- LAS EMPRESAS QUE COMPONEN SU ORGANIZACION HAN:

CREADO NUEVOS PRODUCTOS	( )
CREADO INNOVACIONES	( )
NO HAN CREADO PRODUCTOS U/O INNOVACIONES	( )

PROMOCION Y MERCADOTECNIA

- 5.- DE LA COMISION TECNICA PARA LOS PROCESOS DE INTEGRACION DEPENDIENTE DEL I.M.C.E., INDIQUE COMO HAN SIDO LOS SERVICIOS RECIBIDOS.

	DE MUCHA UTILIDAD	DE POCA UTILIDAD	NINGUNA UTILIDAD	NO SE HAN RECIBIDO	NO HAN SOLICITADO
ASESORIA PROMOCIONAL					
ESTUDIOS TECNICOS					
ESTUDIO DE MERCADOS					

OTROS, MENCIONE. \_\_\_\_\_

- 6.- DEL COMITE PARA LA PROMOCION DEL COMERCIO EXTERIOR (I.M.C.E.) INDIQUE LOS SERVICIOS RECIBIDOS.

USO DE TECNICAS DE COMERCIALIZACION AVANZADAS ( )  
 PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES ( )  
 PARTICIPACION EN MISIONES COMERCIALES ( )  
 INTEGRACION DE LA OFERTA DE SUS PRODUCTOS ( )  
 O T R O S  
 MENCIONE. \_\_\_\_\_

- 7.- PARA LA PROMOCION DE EXPORTACIONES INDIQUE LOS SERVICIOS QUE UTILIZA, Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

	BUENO	REGULAR	MALO	NO UTILIZADO
FILIAL O SUCURSAL EN EL EXTRANJERO				
CONTACTO CON LA DEMANDA				
REPRESENTANTES				
CONSEJERO COMERCIAL				
CONSULADOS Y/O EMBAJADAS				

OTROS, MENCIONE. \_\_\_\_\_

FINANCIAMIENTO

8.- DE LOS SERVICIOS UTILIZADOS PARA FINANCIAR LAS EXPORTACIONES, INDIQUE:

	NO LO UTILIZA	RESOLUCIONES		TASAS DE FINANCIAMIENTO			SERVICIOS		
		RÁPIDAS	LENTAS	EXCESIVAS	ADECUADAS	BAJAS	BUE.	REG.	MAL.
FOMEX									
FONEI									
FONEP									
FOMIN									
FOGA- IN									
COME- SEC									
B.N.									
C.E.									

INCENTIVOS

9.- SOBRE LOS ESTIMULOS FISCALES RECIBIDOS, INDIQUE:

	NO LO UTILIZA	LOS CONSIDERA:		EL TRAMITE ES:		
		BUENOS	INSUFICIENTES	TARDADO	ENGORROSO	AGIL
CEDIS						
EXTRACEDIS						
COSTEO MARGINAL						
EXPORTACION DE TECNOLOGIA						
DESCENTRALIZA CION INDUS---						
TRIAL						

10.- CUAL ES LA IMAGEN QUE UD. TIENE DE LA DEPENDENCIA ENCARGADA DE OTORGAR LOS ESTIMULOS FISCALES?

EXCELENTE ( )  
 BUENA ( )  
 REGULAR ( )  
 MALA ( )

PERMISOS DE EXPORTACION

11.- SOBRE LA OBTENCION DE PERMISOS DE EXPORTACION, INDIQUE:

	TRAMITE			SERVICIOS			
	SIMPLE	COMPLICADO	TARDADO	SUF.	INSUF.	REG.	MAL.
SRIA. DE COMERCIO							
SRIA. DE GOBERNACION							
SRIA. DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA							
SRIA. DE LA DEFENSA NACIONAL							
SRIA. DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO							

SEGUROS

12.- SOBRE EL ASEGURAMIENTO DE SUS MERCANCIAS, INDIQUE SI LOS SERVICIOS SON:

	BUENOS	REGULARES	MALOS	NO LO UTILIZA
FOMEX	{ }	{ }	{ }	{ }
COMESSEC	{ }	{ }	{ }	{ }
SEGUROS GENERALES	{ }	{ }	{ }	{ }

13.- CONSIDERA UD. QUE LOS SEGUROS ANTERIORES CUBREN COMPLETAMENTE TODOS LOS RIESGOS A LOS QUE ESTA SUJETO EL PROCESO DE EXPORTACION.

SI	{ }
NO	{ }
NO SABE	{ }

SI ES NEGATIVO, MENCIONE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

VARIOS

14.- LOS SERVICIOS RECIBIDOS AL EXPORTAR, EN ADUANAS Y PUERTOS --  
HAN SIDO:

	BUENOS	REGULARES	MALOS	NO TIENE OPINION
ADUANAS	{ }	{ }	{ }	{ }
PUERTOS	{ }	{ }	{ }	{ }

15.- INDIQUE QUE TIPO DE SERVICIOS HA RECIBIDO DE:

	BUENO	REGULAR	MALO	NO TIENE OPINION
COMPROMEX	{ }	{ }	{ }	{ }
CONACALPE	{ }	{ }	{ }	{ }

IMAGEN GENERAL

16.- EN QUE FORMA LE SON PROPORCIONADOS LOS SERVICIOS.

	TOTALMENTE	EN PARTE	NO LO PRO- PORCIONAN	SUGIEREN OTRO CONDUCTO
IMCE				
SRIA. DE C.				
SRIA. DE H. Y C.P.				
BANOBRAS				
B.N.C.E.				
ADUANAS				
BANCO DE MEXICO				
CONSEJERIAS				
NAFINSA				

17.- EN QUE MEDIDA ESTIMA QUE LOS SERVICIOS SON APROVECHADOS:

INTEGRAMENTE	{ }
MEDIANAMENTE	{ }
POCO	{ }
LOS DESCONOCE	{ }

18.- SI RECIBEN ASESORIA Y/O AYUDA DE ORGANISMOS INTERNACIONALES, MENCIONE EN ORDEN DE IMPORTANCIA:

- 1.- \_\_\_\_\_  
 2.- \_\_\_\_\_  
 3.- \_\_\_\_\_

19.- QUE OPINA DE LOS SISTEMAS Y LA COORDINACION ENTRE LOS ORGANISMOS DE COMERCIO EXTERIOR.

QUE SON:

BUENOS ( )  
 REGULARES ( )  
 MALOS ( )

20.- MENCIONE LOS PRINCIPALES OBSTACULOS PARA LA FORMACION DE UN TRADING ENTRE CONSORCIOS Y EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

- 1.- \_\_\_\_\_  
 2.- \_\_\_\_\_  
 3.- \_\_\_\_\_

21.- CUALES SON LAS PRINCIPALES FALLAS OBSERVADAS:

	PERSONAL	SISTEMAS	DIVULGACION	ASESORIA
IMCE				
SRIA. DE COM.				
SRIA. DE H. Y C.P.				
BANOBRAS				
B.N.C.E.				
ADUANAS				
BANCO DE MEXICO				
CONSEJERIAS				
NAFINSA				

22.- CUAL ES LA IMAGEN QUE PARA UD. TIENEN LOS ORGANISMOS NACIONALES DE COMERCIO EXTERIOR:

	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA
IMCE				
SRIA. DE COM.				
SRIA. DE H. Y C.P.				
BANOBRAS				
B.N.C.E.				
ADUANAS				
BANCO DE MEXICO				
CONSEJERIAS				
NAFINSA				

23.- COMENTARIO Y/O SUGERENCIAS SOBRE EL CUESTIONARIO

---



---



---



---



---

MUCHAS GRACIAS

## G INTRODUCCION A LA TABULACION.

### 1. Aplicación.

El cuestionario se llevó a cabo de acuerdo a listas -- proporcionadas por la Asociación Nacional de Consorcios de Exportación, y el Instituto Mexicano de Comercio Exterior.

De las direcciones allí anotadas, éstas fueron divididas en zonas postales y repartidas entre los integrantes del grupo.

### 2. Respuestas.

Nos fueron resueltos 35 cuestionarios, y 18 no fueron contestados, el número de respuestas sobrepasó el 50% calculado originalmente en nuestra fórmula, que consideraba un 50% contestado y otro 50% no contestado.

Es decir:  $53:2 = 26.5$

Por lo tanto, los 36 cuestionarios recibidos representan un 66%, obteniendo un porcentaje mayor al esperado en 16%.

### 3. Comentarios.

Cabe hacer notar que la mayoría de los entrevistados -- nos recibieron favorablemente, interesándose en el resultado de nuestra investigación.

Las empresas que no contestaron adujeron como motivo -- principal, la falta de tiempo para proporcionarnos sus respues--tas. Solo hubo una empresa que se negó a contestar, por conside--rar que los datos que se le pedían, eran confidenciales.

Las entrevistas realizadas, nos dejaron ver, en comen--tarios expresados al margen, la inquietud tan grande que existe entre nuestros exportadores por ampliar sus ventas al exterior, y la buena disposición de sus empresas a colaborar con nuestras autoridades, en lograr un comercio internacional exitoso.

## H TABULACION DE DATOS.

## I.- DESCRIPCION DE LOS CONSORCIOS Y EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

1.- Los productos que exportan son:

	<u>Respuestas</u>	<u>%</u>
Manufacturados	30	59
Semimanufacturados	11	21
Servicios	6	12
Otros	3	6
Sin opinión	1	2
	<u>51</u>	<u>100</u>

2.- La tendencia en el volúmen de las exportaciones ha ido en:

Aumento	26	74
Disminución	5	14
Han permanecido estables	4	12
	<u>35</u>	<u>100</u>

3.- El número de empresas que integran la organización:

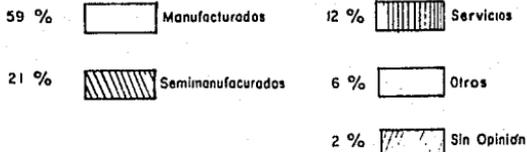
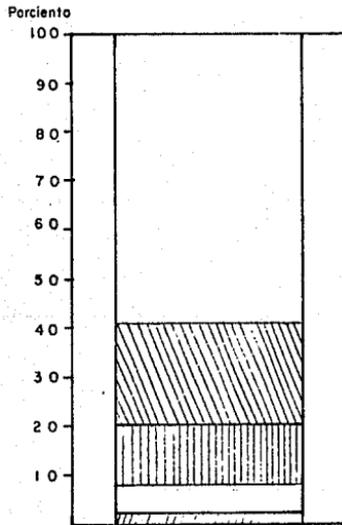
De 5 a 10	15	43
De 10 a 20	6	17
Más de 20	13	38
Por su cuenta	1	2
	<u>35</u>	<u>100</u>

4.- Las empresas que integran la organización han:

Creado nuevos productos	12	27
Creado innovaciones	14	33
No han creado productos u/o innovaciones	17	40
	<u>43</u>	<u>100</u>

## GRAFICA No. 2

## PRODUCTOS QUE EXPORTAN



## II.- PROMOCION Y MERCADOTECNIA

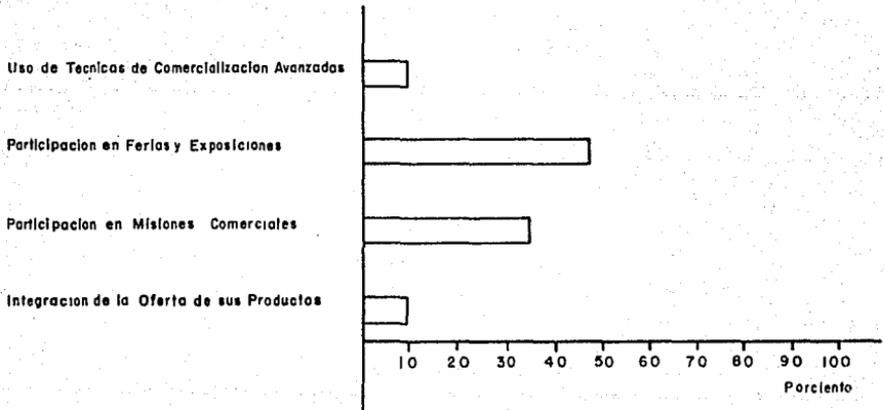
5.- De la comisión técnica para los procesos de integración dependiente del IMCE, indique los servicios recibidos:

	Asesoría Promocional		Estudios Técnicos		Estudios de Mercado	
	<u>Respuestas</u>	<u>%</u>	<u>Respuestas</u>	<u>%</u>	<u>Respuestas</u>	<u>%</u>
De mucha utilidad	7	20	3	8	6	17
De poca utilidad	11	31	2	6	1	3
De ninguna utilidad	2	6	2	6	-	-
No se han recibido	3	9	-	-	-	-
No se han solicitado	6	17	28	80	28	80
Sin opinión	6	17	-	-	-	-
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

## 6.- Del Comité para la Promoción del Comercio Exterior (IMCE) indique los servicios recibidos:

	<u>Respuestas</u>	<u>%</u>
Uso de técnicas de comercialización avanzadas.	6	9
Participación en ferias y exposiciones.	32	47
Participación en misiones comerciales.	24	35
Integración de la oferta de sus productos.	6	9
Otros.	-	-
	<hr/>	<hr/>
	68	100

## SERVICIOS RECIBIDOS DEL COMITE PARA LA PROMOCION DEL COMERCIO EXTERIOR.



7.- Para la promoción de exportaciones, indique los servicios que utiliza y los resultados obtenidos.

	<u>Filial o Sucursal en el extranjero</u>		<u>Contacto con la demanda</u>		<u>Representante</u>		<u>Consejero Comercial</u>		<u>Consulados y/o Embajadas</u>	
	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Resp.	%	Respuesta	%
Bueno	16	46	12	34	20	57	9	26	3	9
Regular	3	8	15	43	5	14	13	37	6	17
Malo	-	-	1	3	1	3	2	6	1	3
No utilizado	16	46	7	20	9	26	11	31	25	31
	35	100	35	100	35	100	35	100	35	100

## FINANCIAMIENTO

8.- De los servicios utilizados para financiar las exportaciones, indicaron:

	<u>FOMEX</u>		<u>FONEI</u>		<u>FONEP</u>		<u>FOMIN</u>		<u>FOGAIN</u>		<u>COMESec</u>		<u>B.N.C.E.</u>	
	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%
<b>Resoluciones:</b>														
Rápidas	4	11	-	-	-	-	-	-	1	3	3	9	9	26
Lentas	4	12	-	-	1	3	1	3	1	3	1	3	10	29
No lo utiliza	1	3	15	43	3	9	2	6	2	6	1	3	1	3
Sin opinión	26	74	20	57	31	88	32	91	31	88	30	85	15	42
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>
<b>Tasas de Financiamiento:</b>														
Excesivas	8	23	-	-	-	-	-	-	-	-	7	20	2	6
Adecuadas	12	34	-	-	1	3	-	-	2	6	11	31	3	9
Bajas	4	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
No lo utiliza	1	3	15	43	3	9	2	6	2	6	1	3	1	3
Sin opinión	10	29	20	57	31	88	33	94	31	88	16	46	29	82
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>
<b>Servicios:</b>														
Bueno	8	23	-	-	5	15	3	9	4	12	3	8	3	8
Regular	1	3	-	-	5	15	8	23	8	23	1	3	1	3
Malo	-	-	-	-	4	11	3	8	2	6	-	-	1	3
No lo utiliza	1	3	15	43	3	9	2	6	2	6	1	3	1	3
Sin opinión	25	71	20	57	18	50	19	54	19	53	30	86	29	83
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

## I N C E N T I V O S

9.- Sobre los estímulos fiscales recibidos, indicaron:

<u>CEDIS</u>		<u>EXTRACEDIS</u>		<u>COSTEO MARGINAL</u>		<u>EXPORTACION DE TECNOLOGIA</u>		<u>DESCENTRALIZACION INDUSTRIAL</u>	
Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%	Respuesta	%

Los Consideran:

Buenos	11	31	4	11	10	29	5	14	2	6
Insuficientes	5	14	-	-	1	3	1	3	-	-
No lo utiliza	1	3	1	3	7	20	12	34	15	43
Sin opinión	18	52	30	86	17	48	17	49	18	51
	<u>35</u>	<u>100</u>								

El Trámite es:

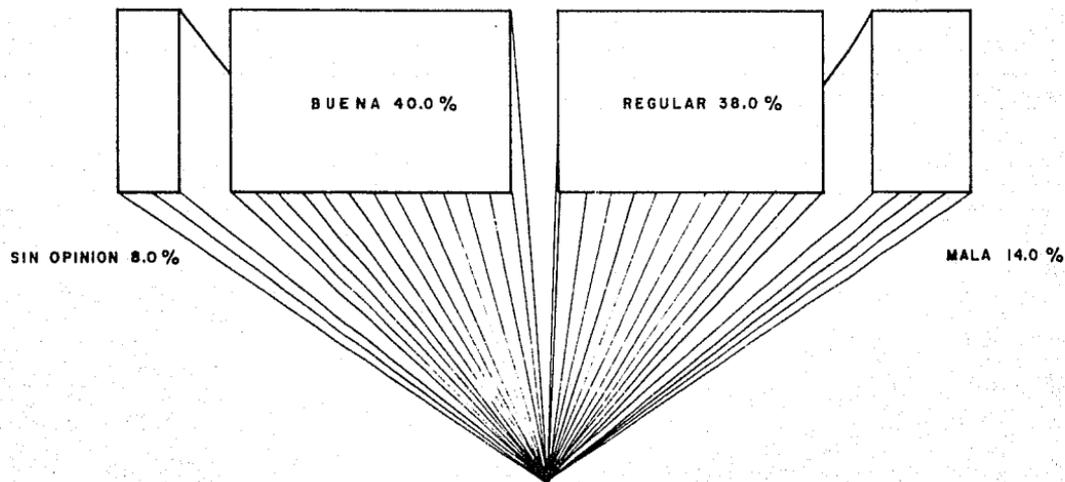
Tardado	23	66	6	17	2	6	-	-	1	3
Agil	6	17	1	3	-	-	-	-	-	-
Engorroso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
No lo utiliza	1	3	1	3	7	20	12	34	15	43
Sin opinión	5	14	27	77	26	74	23	66	19	54
	<u>35</u>	<u>100</u>								

10.- Cuál es la imagen que se tiene de la dependencia encargada de otorgar los estímulos fiscales.

	Respuesta	%
Excelente	-	-
Buena	14	40
Regular	13	38
Mala	5	14
Sin opinión	3	8
	<u>35</u>	<u>100</u>

GRAFICA 4

IMAGEN QUE SE TIENE DE LA DEPENDENCIA ENCARGADA  
DE OTORGAR LOS ESTIMULOS FISCALES.



PERMISOS DE EXPORTACION

11.- Sobre los permisos de exportación indique:

SECRETARIA DE COMERCIO	SECRETARIA DE GOBERNACION	SECRETARIA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA	SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL	SECRETARIA DE HACIENDA Y -- CREDITO PUB.
Respuesta %	Respuesta %	Respuesta %	Respuesta %	Respuesta %
Simple	17 48 1	3 -	- 1	3 10 28
Complicado	4 11 3	8 3	9 3	8 5 15
Tardado	14 41 3	3 8	3 9	1 15 42
Sin opinión	- - 28	81 29	82 30	86 5 15
<u>35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35 100</u>

El trámite es:

Simple	17 48 1	3 -	- 1	3 10 28
Complicado	4 11 3	8 3	9 3	8 5 15
Tardado	14 41 3	3 8	3 9	1 15 42
Sin opinión	- - 28	81 29	82 30	86 5 15
<u>35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35 100</u>

Los servicios son:

Suficientes	6 18 1	3 -	- 1	3 1 3
Insuficiente	1 3 1	3 -	- -	- 1 3
Regular	8 22 4	11 13	37 3	8 8 22
Malo	1 3 1	3 7	20 1	3 1 3
Sin opinión	19 54 28	80 15	43 30	86 24 69
<u>35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35</u>	<u>100 35 100</u>

SOBRE LOS SEGUROS

12.- Sobre el aseguramiento de sus mercancías indique si los servicios son:

	FOMEX Respuesta %	COMESSEC Respuesta %	SEGUROS GENERALES Respuesta %
Buenos	7 20	13 38	12 34
Regulares	3 8	11 31	4 11
No los utiliza	25 72	11 31	19 55
	<u>35 100</u>	<u>35 100</u>	<u>35 100</u>

13.- Considera usted que los seguros anteriores cubren completamente todos los riesgos a los que esta sujeto el proceso de exportación.

	RESPUESTA	%
Si	14	42
No	17	48
No sabe	2	5
Sin opinión	2	5
TOTAL	<u>35</u>	<u>100</u>

V A R I O S

14.- Los servicios recibidos al exportar en Aduanas y Puertos han sido:

	ADUANA		PUERTOS	
	Respuesta	%	Respuesta	%
Buenos	10	29	5	15
Regulares	16	46	16	46
Malos	8	23	11	31
Sin opinión	1	2	3	8
TOTAL	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

08

15.- Indique que tipo de servicio ha recibido de:

	COMPROMEX		CONACALPE	
	Respuesta	%	Respuesta	%
Buenos	7	20	4	12
Regulares	11	32	12	34
Malos	1	3	2	6
Sin opinión	16	45	17	48
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

## IMAGEN GENERAL

16.- En que forma le son proporcionados los servicios:

	<u>IMCE</u>		<u>SRIA. DE COMERCIO</u>		<u>SRIA. DE H. Y C.P.</u>		<u>BANOBRAS</u>		<u>B.N.C.E.</u>		<u>ADUANAS</u>		<u>BCO. DE MEXICO</u>		<u>CONSEJERIAS</u>		<u>NAFINSA</u>	
	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%
Totalmente	2	6	3	8	4	12	-	-	1	3	3	8	2	6	4	12	1	3
En parte	30	85	26	74	23	65	14	40	21	60	26	74	18	51	21	60	19	54
No lo proporciona	1	3	1	3	3	9	2	5	1	3	1	3	1	3	2	6	1	3
Sug. otro cond.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3	1	3	1	2	1	3
Sin opinión	2	6	5	15	5	14	19	55	12	34	4	12	13	37	7	20	13	37
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

17.- En que medida estima que los servicios son aprovechados:

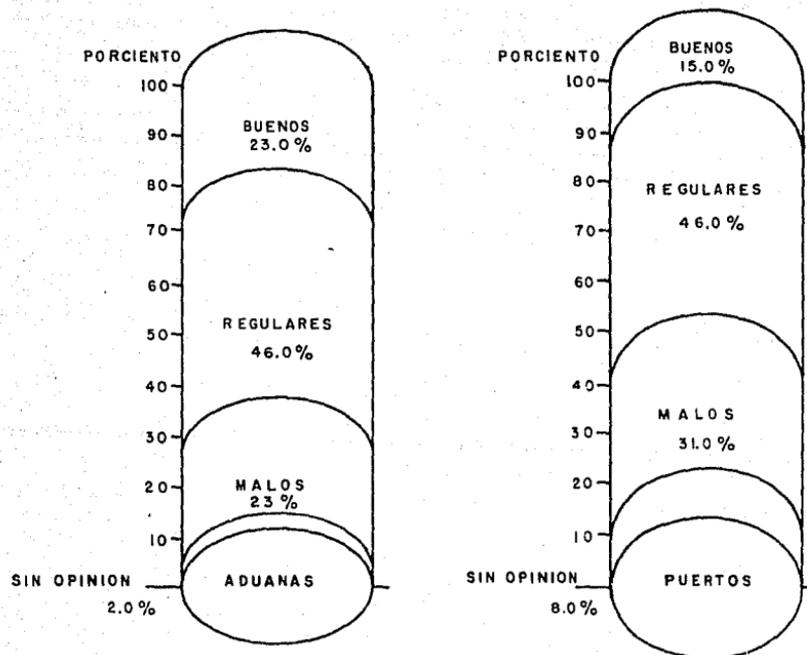
	<u>RESPUESTA</u>	<u>%</u>
Integramente	3	9
Medianamente	18	52
Poco	12	35
Los desconoce	1	2
Sin opinión	1	2
<b>T O T A L</b>	<u>35</u>	<u>100</u>

19.- Que opina de los sistemas y la coordinación entre los organismos de comercio exterior.

	<u>RESPUESTA</u>	<u>%</u>
Buenos	5	14
Regulares	15	43
Malos	13	38
Sin opinión	2	5
<b>T O T A L</b>	<u>35</u>	<u>100</u>

GRAFICA No. 5

SERVICIOS RECIBIDOS AL EXPORTAR



21.- Cuales son las principales fallas observadas

	IMCE		SRIA. DE COMERCIO		SRIA. DE H. Y C.P.		BANOBRAS		B.N.C.E.		AJUANAS		BCO. DE MEXICO		CONSEJE RIAS		NAFINSA	
	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%
Personal	20	24	11	24	17	37	-	-	3	7	23	41	-	-	13	22	3	8
Sistemas	24	29	19	42	15	32	1	3	5	13	19	33	2	5	17	27	3	8
Divulgación	19	23	6	14	4	8	2	6	3	7	4	7	2	5	13	22		
Asesoría	17	20	2	5	2	4	32	91	3	7	2	3	3	8	4	6	2	5
Sin opinión	4	4	7	15	9	19	-	-	27	66	9	16	31	82	14	23	31	79
	<u>84</u>	<u>100</u>	<u>45</u>	<u>100</u>	<u>47</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>41</u>	<u>100</u>	<u>57</u>	<u>100</u>	<u>38</u>	<u>100</u>	<u>61</u>	<u>100</u>	<u>39</u>	<u>100</u>

22.- Cual es la imagen que para usted tienen los organismos nacionales de comercio exterior.

	IMCE		SRIA. DE COMERCIO		SRIA. DE H. Y C.P.		BANOBRAS		B.N.C.E.		ADUANAS		BCO. DE MEXICO		CONSEJE RIAS		NAFINSA	
	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%	R.	%
Excelente	2	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Buena	9	26	10	29	8	23	10	28	16	46	4	12	24	69	6	17	18	51
Regular	15	43	20	58	20	58	8	22	6	17	13	37	2	5	14	41	4	11
Mala	9	26	2	5	2	5	-	-	2	5	13	37	-	-	8	22	-	-
Sin opinión	-	-	3	8	5	14	17	50	11	32	5	14	9	26	7	20	13	38
	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>	<u>35</u>	<u>100</u>

## I. RESPUESTAS A PREGUNTAS ABIERTAS.

5.- ¿Que otros servicios han recibido de la Comisión Técnica para los Procesos de Integración dependiente del IMCE?

"Nombres concretos de prospectos (Clientes, distribuidores, representantes)"

"Captación de demandas y licitaciones"

"Estadísticas"

"Presupuestos"

6.- ¿Que otros servicios han recibido del Comité para la Promoción del Comercio Exterior (IMCE)?

"Captación y distribución a través de ANCE de las ofertas"

"Departamento de Promoción industrial (Consejerías Comerciales)"

7.- ¿Que otros servicios utiliza para la promoción de exportaciones?

"Exposiciones (IMCE y extra IMCE)"

"Brigadas, Misiones Comerciales"

"Agentes en Europa y Sudamérica"

"Viajes"

8.- Indique que tipos de riesgos del proceso de exportación no son cubiertos por las Cías. de Seguros.

"No los cubren totalmente"

"Riesgos sobre artesanías"

"Riesgos políticos"

"Varios"

18.- Mencione si reciben asesoría y/o ayuda de organismos internacionales, cuáles son los principales.

OCDE, CIPE, CEPAL, CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, UNCTAD, GATT, BANCOS EXTRANJEROS, ALALC, PACTO ANDINO, BID.

20.- Mencione los principales obstáculos para la formación de un trading, entre consorcios y empresas de comercio exterior.

"Triangulación"

"Encarecimiento de los productos"

"Subrepticidad internacional (coyotaje)"

"Imitación de organizaciones extranjeras, teniendo diferente estructura industrial"

"Financiamiento adecuado"

"Personal especializado"

"Falta experiencia"

"Entendimiento de la idea"

"Urgencia de resolver problemas inmediatos"

"Mentalidad empresarial inadecuada"

"Considerar ponerlo a prueba, y sobre la marcha observar los resultados"

"Burocracia"

"Mentalidad obsoleta"

"Falta preparación"

"Desconocimiento del mercado internacional"

"Ya está en proceso"

"Financiamiento ágil"

"Transporte"

"Es necesario consolidar primero lo que ya existe"

"Las uniones son difíciles en nuestro país"

"Falta de oferta"

"Competencia internacional entre productores"

"Desconocimiento de lo que es un trading"

"Falta capital"

### 23.- Sugerencias de exportadores.

"Se requiere un organismo integrado por técnicos en comercio exterior, y concientes de la necesidad de la fluidez que se necesita en las operaciones de exportación; trabajando en forma rápida en coordinación con otros, únicamente a nivel de consulta pero con facultades resolutorias. Actualmente se tiene que depender de muchas firmas para conseguir las autorizaciones para exportar".

"Es necesario mejorar los servicios"

"Menos política y más acción"

"Mejor promoción y estudios de mercados"

"Embajadas con personal más preparado para el comercio internacional"

"La labor del IMCE está mal orientada, quiere hacer de cada productor un exportador, pero en un 80% no está ni remotamente capacitado, por lo que se desprestigia a México en el extranjero"

### 23.- Opinión de los exportadores respecto al cuestionario.

"Muy bueno"

"Considero que en general, está bastante conciso y completo aunque no llegará a determinar sino la imagen de los organismos que se menciona, y de antemano ya la sabemos".

"Más práctico y menos técnico"

"Bueno"

"Me parece bastante completo, posiblemente fuera bueno incluir espacio para aclaraciones en cada punto. Los felicito, y desde luego les agradezco de antemano los resultados de su encuesta".

"Desearía que el resumen de estos cuestionarios se hicieran del conocimiento de las empresas de Comercio Exterior (consorcios y empresas de servicio), permitiendo con ello el diálogo con el grupo que ha llevado a cabo esta investigación".

## VI.- CONCLUSIONES

## A CONCLUSIONES.

## 1. Descripción del Consorcio.

De los resultados obtenidos, se observa un aumento en el volúmen de las exportaciones, principalmente de productos manufacturados, por ser estos los que han tenido una demanda creciente del exterior.

Las empresas representadas por los consorcios, varían en un promedio de 10 a 20, las cuáles posiblemente no cuentan -- con los recursos suficientes o con el interés necesario para --- crear o innovar productos, que resulten competitivos en los mercados internacionales.

## 2. Promoción y Mercadotecnia.

Respecto a los servicios ofrecidos por el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, estos no son utilizados íntegramente en lo referente a la promoción, asesoría, estudios técnicos y de mercados, posiblemente por falta de difusión de éstos servicios.

La utilización de ferias y exposiciones es muy elevada, debido a los buenos resultados que se obtienen en dichos eventos.

La representación en el extranjero, para la promoción -- de exportaciones, se hace generalmente a través de filiales o sucursales en el lugar indicado, o bien por contactos directos con mercados.

## 3. Financiamiento.

Los servicios proporcionados por las financieras son -- buenos en general, debido a sus tasas de financiamiento adecuadas, sin embargo, existe lentitud en sus operaciones.

#### 4. Incentivos.

Entre los incentivos fiscales que se proporcionan, destaca en primer lugar, por su importancia y utilidad, los Certificados de Devolución de Impuestos (CEDIS), los cuales son empleados principalmente para cubrir parte de los gastos originados en sus operaciones.

Las empresas manifestaron tener buena imagen de la dependencia encargada de dichos estímulos, no así de su trámite, -- puesto que desearían mayor agilización de los mismos.

#### 5. Permisos.

Respecto a los permisos de exportación, los entrevistados indicaron que su trámite es muy problemático, en virtud de -- lo complicado y lento de los mismos, lo que trae por consecuencia la pérdida de oportunidades en las firmas de contratos.

#### 6. Seguros.

De las compañías de seguros más utilizadas, destacan la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito, S.A. (COMASEC), y las -- Compañías de Seguros en General. Debe hacerse notar que los seguros sobre riesgos políticos, tienen muy poco uso entre nuestros -- exportadores.

#### 7. Varios.

De los servicios hasta ahora vistos, estos han variado en el concepto de los exportadores de regulares a buenos, pero en lo referente a Puertos y Aduanas la opinión expresada es desfavorable para estos organismos ya que los trámites son lentos y complicados, aparte del manejo de las mercancías que deja mucho que desear, ya que en muchas ocasiones hay deterioro o pérdida de los productos.

## B RECOMENDACIONES.

### 1. Difusión.

Consideramos que una de las principales deficiencias - observadas en los diferentes organismos encargados de trámite, - apoyo o impulso a nuestras exportaciones, es básicamente de la - difusión de sus servicios, por lo que no son íntegramente utilizados, o no son utilizados adecuadamente. Por lo anterior, creemos se debe dar mayor impulso a los departamentos de Relaciones Públicas en todas las dependencias o instituciones señaladas en la investigación.

### 2. Capacitación.

En forma paralela a la difusión de servicios, realizar la efectiva capacitación del personal que labora en estas instituciones, con objeto de prestar servicios de mejor calidad.

Así también será necesario tratar de infundir en éste personal el sentido de responsabilidad en una tarea que no solo beneficia a unos cuantos, sino que repercute en beneficio de --- nuestra economía nacional.

Así también existe la necesidad de capacitación, satisfecha hasta ahora parcialmente, por lo tanto sería conveniente - establecer un sistema educativo por medio de las escuelas que ya existen, en donde se forme técnicos en comercio internacional -- con conocimiento completamente actualizados.

### 3. Coordinación.

Se requiere aprovechar la institución que ya se tiene para tal efecto; como es el IMCE, solo que ésta coordinación sea totalmente efectiva en cuanto a la realización de la tramitación, facultarlo además en la solución de problemas en la exportación.

### 4. Futuro.

Nuestro país tiene un gran futuro en materia de expor-

taciones, es por tal motivo que se debe ir planeando los objetivos que se deseen alcanzar.

Sugerimos se proceda a establecer las bases requeridas en cuanto a estructura económica, social, política e industrial, con objeto de comenzar a formar compañías unidas en sus intereses, recursos económicos y planes de acción, que se enfrenten -- adecuadamente a la competencia del mercado internacional, en forma similar a los Trading Companies japoneses.

## B I B L I O G R A F I A

- Arias Galicia, Fernando      Administración de Recursos --  
Humanos  
Editorial Trillas  
1974
- Balassa, Bela      La Sociedad Mexicana: Presente y Futuro  
Ensayo "La industrialización y el Comercio Exterior: análisis y proposiciones.  
Fondo de Cultura Económica  
1975
- Castañeda C., Gonzalo      Prácticas Comerciales  
I. P. N.  
1974
- I. M. C. E.      Constitución y Gestión de Con  
sorcios de Exportación.  
I.M.C.E.  
1975
- I. M. C. E.      Cinco años de Comercio Exte--  
rior.  
I.M.C.E.  
1975
- Mújica, Emilio      Cuestiones Nacionales  
Ensayo "Comercio Exterior"  
INJM Tomo II  
1969
- Nacional Financiera, S.A.      Nacional Financiera, S.A.  
Que es, que hace.  
1975
- Nacional Financiera, S.A.      40 años al servicio de México  
Nafinsa  
1975

- Salvat  
La Inflación  
Salvat Editores  
1977
- Samuelson, Paul  
Curso de Economía Moderna  
Edit. Aguilar  
1975
- Tecla J., Alfredo  
Teoría, métodos y técnicas en  
la investigación social.  
Ediciones de Cultura Popular, S.A.  
1974
- Torres Gaytán, Ricardo  
Teoría del Comercio Internacional  
Editorial Siglo XXI  
1976
- Zorrilla A. Santiago  
Apuntes sobre metodología y técnicas  
para la investigación  
F. C. A.  
1976
- Banco Nacional de Comercio  
Exterior.  
Manual práctico del Exportador  
B. N. de C. E.  
1971
- Varios Autores  
Enciclopedia Temática Mente Sagaz  
1975
- De Pina Vara, Rafael  
Derecho Mercantil Mexicano  
Editorial Porrúa, S.A.  
1973